

Bachelor Thesis zur Erlangung des Grades Bachelor of Science (B. Sc.) im  
Studiengang Augenoptik und Hörakustik an der Hochschule Aalen

**Konzept zur besseren Kundenbetreuung bei der Handhabung und  
Pflege von weichen und formstabilen Contactlinsen.  
Ein Leitfaden zur Vermeidung von Drop-Outs.**

---

In Kooperation mit Müller-Welt Contact-Linsen GmbH in Stuttgart

Eingereicht im Januar 2013 von:

**Saskia Hohn**

Matrikelnummer: 29068

saskia.hohn@googlemail.com

Gutachter:

Prof. Dr. Anna Nagl

Studiendekanin M.Sc. Vision Science  
and Business (Optometry)  
Hochschule Aalen

Gutachter:

Uwe Bischoff (Dipl.-Ing. FH Augenoptik)

Geschäftsführer  
Müller-Welt Contact-Linsen GmbH  
Stuttgart



## **Danksagung**

An dieser Stelle möchte ich mich ganz herzlich bei allen Menschen bedanken, die zu dem Erfolg meines Studiums und das Gelingen dieser Bachelor Thesis beigetragen haben!

Der erste Dank gilt meiner Familie und meinen Freunden, die mich sowohl während des Studiums als auch bei der Erstellung dieser Bachelor Thesis unterstützten, immer ein offenes Ohr für mich hatten und mir mit Rat und Tat zur Seite standen.

Einen ganz besonderen Dank verdienen meine Betreuer Prof. Dr. Anna Nagl und Dipl.-Ing. Uwe Bischoff, die die Entstehung und die Umsetzung dieses Themas überhaupt erst ermöglichten. Sie standen mir jederzeit mit fachlichem Rat und wichtigen Anregungen zum Thema zur Seite. Daher blicke ich auf eine sehr professionelle und ideale Zusammenarbeit zurück, die mich immer bestärkt und motiviert hat. Ebenso danke ich dem ganzen Müller-Welt-Team für die stets engagierte Zusammenarbeit und Unterstützung.

Weiterhin möchte ich mich bei den Mitarbeitern des Studiengangs Technik Kommunikation an der Hochschule bedanken. Sie haben mir ermöglicht, die Grundlagen der Videotechnik zu erlernen und mich bei der Umsetzung des Videodrehs tatkräftig unterstützt.

Ein großes Dankeschön geht in diesem Zusammenhang auch an die Mitarbeiter des Studiengangs Augenoptik und Hörakustik der Hochschule Aalen sowie an meine Kommilitonin Anett Kubissa.

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

Saskia Hohn

10.01.2013

## **Abstract**

Die aktuelle Contactlinsen-Penetration und die darauf einflussnehmende Drop-Out-Quote gehören zu den meist diskutierten und untersuchten Themen in der aktuellen Contactlinsenoptik. Gleich welche Zahl momentan realistisch ist, zeigt sich gegenüber den letzten Jahren ein Aufwärtstrend, den es weiterhin durch Senkung der Drop-Out-Quote zu unterstützen und auszubauen gilt.

Die Gründe für Drop-Outs wurden in zahlreichen Studien erforscht und sind vielseitig, dennoch zeigen sich Schwerpunkte. Sie werden in dieser Bachelor Thesis näher beleuchtet und weitere Überlegungen unternommen, die einen „schleichenden“ Drop-Out begünstigen. Eine der Hauptursachen von Drop-Outs stellt die Thematik Handhabung und Pflege der Contactlinsen dar. Dies kann zum Einen direkt zu einer Drop-Out-Situation führen, indem ein Contactlinsen-Träger das Handling als schwierig und „lästig“ bewertet. Zum Anderen kann unzureichende Pflege oder fehlerhafte Handhabung auch indirekt zu einer Ausstiegssituation führen, wenn sich diese auf den Tageskomfort oder die Verträglichkeit auswirken, so dass Contactlinsen als Korrektur nicht mehr in Frage kommen. Daher werden auch die Komplikationen, die durch falsche Handhabung und mangelhafte Pflege entstehen können, im weiteren Verlauf dargestellt.

Darüber hinaus wird mittels eines hypothesengestützten Fragebogens im Contactlinsen-Institut Müller Welt und weiteren Instituten Deutschlands untersucht, ob sich bei Kunden, die bereits Contactlinsen getragen haben, in der Vergangenheit Defizite bei der Einweisung in Handhabung und Pflege nachweisen lassen, ob anfangs Schwierigkeiten im Umgang aufgetreten sind und für wie wichtig die Contactlinsen-Kunden die Thematik erachten. Dabei hat sich gezeigt, dass in den meisten Fällen eine Einweisung in die Handhabung und Pflege der Contactlinsen erfolgte, diese aber oftmals unvollständig war. Dennoch konnten tatsächliche Schwierigkeiten zu Beginn des Contactlinsen-Handlings nur bei einigen Personen nachgewiesen werden. Außerdem erachten die Befragten das Thema Handhabung und Pflege für den Komfort und die Lebensdauer der Contactlinsen als wichtig bis sehr wichtig. Trotzdem zeigen sich in der Praxis häufig Mängel bei der Hygiene oder bei der Handhabung der Contactlinsen, was auf eine unzureichende Aufklärung der Contactlinsen-Träger oder auf einen Rückgang der Compliance zurückzuführen sein kann.

Vor dem Hintergrund der genannten Thematik besteht das Ziel dieser Bachelor Thesis darin, ein Konzept zur besseren Kundenbetreuung bei der Handhabung und Pflege von weichen und formstabilen Contactlinsen zu erarbeiten. Dieses gestaltet sich in Form von mehreren Informationsvideos. Die Zielgruppe sind einerseits die Contactlinsen-Anfänger, denen der Einstieg erleichtert werden soll. Andererseits können auch langjährige Contactlinsen-Träger ihr eigenes Vorgehen überprüfen und ggf. anpassen.

# Inhaltsverzeichnis

Bemerkungen .....	VIII
1. Einleitung .....	1
1.1. Ausgangssituation und Hinführung zum Thema .....	1
1.2. Motivation und Zielsetzung der Bachelor Thesis .....	3
1.3. Aufbau und Vorgehensweise .....	9
2. Die Situation der Contactlinse in Deutschland .....	10
2.1. Darstellung der aktuellen Marktsituation der Augenoptik in Deutschland .....	10
2.2. Drop-Outs .....	16
2.2.1. Gründe für Drop-Outs .....	16
2.2.2. Komplikationen durch falsche Handhabung und mangelhafte Pflege.....	23
2.3. Zukunftsaussichten für die Contactlinse .....	28
3. Fragebogen zum Thema Handhabung und Pflege von Contactlinsen.....	30
3.1. Konstruktion des Fragebogens .....	30
3.2. Untersuchungseinheit und Durchführung der Befragung.....	32
3.3. Hypothesen .....	32
3.4. Darstellung der Ergebnisse und Überprüfung der Hypothesen .....	33
3.5. Diskussion .....	40
4. Vermeidung von Drop-Outs.....	43
4.1. Ansatzpunkte.....	43
4.2. Konzept zur besseren Kundenbetreuung bei der Handhabung und Pflege von weichen und formstabilen Contactlinsen .....	45
4.2.1. Vorbereitungen .....	46
4.2.2. Durchführung .....	47
4.2.3. Bearbeitung und Fertigstellung .....	48
5. Schlussteil.....	49
5.1. Handlungsempfehlungen und Rückschlüsse für die Praxis .....	49
5.2. Résumé.....	51
6. Anhang .....	IX
Abbildungsverzeichnis.....	XII
Tabellenverzeichnis .....	XII

Literaturverzeichnis.....	XIII
---------------------------	------

## **Bemerkungen**

Anders als im Duden wird in folgender Ausarbeitung „Contactlinse“ mit „c“ geschrieben. In den gekennzeichneten direkten Zitaten wird die vom Autor verwendete Schreibweise beibehalten.

In Abbildungen oder Tabellen wird die Abkürzung „CL“ für Contactlinse verwendet.



# **1. Einleitung**

## **1.1. Ausgangssituation und Hinführung zum Thema**

In Deutschland leben 40,1 Millionen fehlsichtige Bundesbürger (ab 16 Jahren), dies entspricht einem Anteil von 63,4 % in Deutschland (vgl. Allensbach-Studie 2011). Somit benötigt über die Hälfte der Bevölkerung in Deutschland eine Sehhilfe. Die Art der Korrektur der Fehlsichtigkeit bleibt dabei Jedem selbst überlassen, solange keine medizinische Indikation o. ä. für ein bestimmtes Korrektionsmittel vorliegt. Gemäß der Allensbach-Studie von 2011 trägt jedoch der Großteil eine Brille zum Ausgleich der Sehschwäche, während ein deutlich geringerer Anteil von 5,3 % (3,4 Millionen) der Fehlsichtigen Contactlinsen nutzt. Damit liegt Deutschland trotz steigender Tendenz unter dem europäischen Durchschnitt, welcher sechs Prozent der europäischen Bevölkerung beträgt (vgl. CIBA VISION 2010, S. 8). Die neueste Trendumfrage zu diesem Thema, durchgeführt an der Hochschule Aalen, stellt hingegen eine deutlich höhere Penetration von 12 % fest (vgl. Nagl/Braun 2012, S. 58). Gleich welche Daten tatsächlich der Realität entsprechen, zeigt sich ein Aufwärtstrend. Außerdem steckt ein erhebliches Potenzial in der Contactlinsenoptik, denn immerhin haben 89,3 % der Bevölkerung bisher noch keine Contactlinsen getragen (vgl. Allensbach-Studie 2011). Allerdings bleibt zu hinterfragen, aus welchen Gründen der Anteil der Contactlinsen-Träger seit Jahren verhältnismäßig niedrig bleibt.

Wodurch wird die Contactlinsen-Penetration beeinflusst? Einerseits durch die Neukunden sowie die erfahrenen, langjährigen Contactlinsen-Träger, die mit zunehmender Anzahl die Contactlinsen-Penetration positiv beeinflussen. Diese hat sich seit 2008 laut Allensbach-Studie 2011 von 2,7 auf 3,4 Millionen erhöht. Andererseits wird die Penetration aber auch durch diejenigen beeinflusst, die das Contactlinsen-Tragen nach einiger Zeit aus verschiedenen Gründen aufgeben und dadurch den Contactlinsen-Anteil in der Bevölkerung schmälern. Dieser Ausstieg aus der Contactlinsenoptik, beschrieben durch den sogenannten Begriff „Drop-Out“, ist ebenfalls von 2,7 auf 3,4 Millionen angestiegen (vgl. Allensbach-Studie 2011) und beschäftigt daher schon seit geraumer Zeit die Augenoptikbranche. In diesem Zusammenhang wurden bereits einige Studien durchgeführt, die die zentralen

Beweggründe der Contactlinsen-Aussteiger zum Vorschein bringen (vgl. Rauscher 2010, Dobisch 2011, Nagl/Braun 2012). Fest steht dabei, dass die hohe Drop-Out-Quote, die in einer Studie von Ciba Vision (2008) auf 14 % geschätzt wird, als einer der Hauptgründe für die geringe Contactlinsen-Penetration in Deutschland angesehen werden kann (vgl. Hädrich 2011).

Als weitere Ursachen für den niedrigen Contactlinsen-Anteil werden in der gleichen Studie Zweifel an dem wirtschaftlichen Nutzen sowie die geringe Nutzung der Versorgungsmöglichkeiten genannt. Ersteres kann möglicherweise darauf zurückgeführt werden, dass die durchschnittliche Anpassgebühr mit 31 Euro nicht gewinnbringend kalkuliert ist und somit keinen Anreiz für den Augenoptiker darstellt die Verkaufszahlen mit dieser Korrektionsart zu steigern (vgl. CIBA VISION 2009, S.9). Trotzdem wird an anderer Stelle großer Wert auf Werbemaßnahmen, z. B. von der Industrie und auch auf Angebote zum kostenlosen Probetragen von Contactlinsen bei dem Augenoptiker vor Ort gelegt. Auffällig bei diesen Marketingmaßnahmen ist, dass die Einfachheit der Contactlinse und der schnelle Zugang für Jedermann im Vordergrund stehen. Nicht zuletzt wird dieser Anschein auch dadurch suggeriert, dass weiche Contactlinsen mittlerweile im Supermarkt oder im Internet erhältlich sind. Daraus ergibt sich die Frage: Liegt bereits in dieser Kundenansprache eine Ursache für einen späteren Drop-Out? Fördert die Art und Weise der Vermarktung des eigentlichen Medizinproduktes Contactlinse die Verbreitung des Produktes? Oder resultiert daraus eher ein zunehmender, „schleichender“ Ausstieg, weil gute Sehleistung und hoher Tragekomfort nicht spontan für jeden Fehlsichtigen mit einer Standard-Contactlinse, außerdem ohne Einweisung in Handhabung und Pflege, über die „Ladentheke“ realisierbar sind?

Die Ausführungen verdeutlichen, dass eine Steigerung der Contactlinsen Penetration durch Senkung der Drop-Out Quote zu erreichen sein könnte. Dabei ist genau dort anzusetzen, wo die Ursachen für den Ausstieg liegen. Diese Ausstiegsgründe werden im weiteren Verlauf näher beleuchtet. Dabei wird vor allem darauf eingegangen, welche Rolle das oft von den Contactlinsen-Anpassern so selbstverständlich behandelte Thema Handhabung und Pflege der Contactlinsen spielt und welche Auswirkungen fehlerhaftes Handling sowie mangelhafte Pflege auf die Augengesundheit und Verträglichkeit sowie auf den Tragekomfort der

Contactlinsen haben können. Fraglich ist, ob an dieser Stelle von den Contactlinsen-Spezialisten ausreichende Maßnahmen getroffen werden, um einem Neueinsteiger die ersten Schritte zu erleichtern und möglichen Schwierigkeiten im Umgang, die gerade am Anfang „normal“ und gleichzeitig wenig motivierend sind, vorzubeugen. Offen ist ebenfalls, wie genau sich ein Kunde nach der Eingewöhnungszeit an die informierenden Worte seines Contactlinsen-Anpassers bzgl. Hygiene und Pflege erinnern wird bzw. gewissenhaft durchführen wird. Dieser Frage wird im Folgenden nachgegangen. Es wird ein Konzept zur besseren Kundenbetreuung bei dem Umgang mit Contactlinsen auch außerhalb des Fachgeschäfts erarbeitet, um eventuell entstehende Drop-Out-Ursachen von vornherein zu vermeiden.

## **1.2. Motivation und Zielsetzung der Bachelor Thesis**

*„Wer ohne Beratung Linsen kauft, falsch pflegt und nicht wie vorgesehen wechselt, spielt mit der Gesundheit seiner Augen.“*

(Kuratorium Gutes Sehen (KGS) 2012)

Diese Aussage verdeutlicht die besondere Relevanz der Thematik Handhabung und Pflege bei der Contactlinsen-Beratung und -Anpassung. Neben den Ergebnissen einiger Drop-Out-Studien zeigt die tägliche Arbeit in dem Contactlinsen-Institut Müller Welt in Stuttgart<sup>1</sup>, von welcher Bedeutung eine ausführliche Aufklärung in diesem Bereich ist (vgl. Rauscher 2010, Dobisch 2011, Nagl/Braun 2012). Müller Welt unterstützt diese Bachelor Thesis durch die jahrelange Erfahrung als Contactlinsen-Spezialist und zieht aus dem Ergebnis derselben einen Nutzen für die Gestaltung der eigenen Unternehmens-Homepage.

Nicht nur die Kundenbetreuung sowie die kompetente und individuelle Auswahl einer Contactlinse sind ausschlaggebend dafür, wie zufrieden ein Kunde mit seinen neuen Contact-

---

<sup>1</sup> Das Unternehmen Müller Welt wurde 1920 von Adolf Albin Müller-Welt gegründet. Das ursprüngliche Institut für die Herstellung und Anpassung der ersten Haftsclalen sowie Cornea-Skleralsclalen entwickelte sich im Laufe der Jahre zu einem der größten Contactlinsen-Institute Deutschlands. Seit 2003 sind Uwe Bischoff und Gunther Oesker für die Geschäftsleitung des Institutes in der Königsstraße in Stuttgart verantwortlich. Spezialanpassungen wie z.B. bei Keratokonus gehören zu ihren täglichen Anpasssituationen, ebenso wie der Umgang mit den modernsten Contactlinsen-Geometrien und Messtechniken (vgl. Müller Welt).

linsen ist, sobald er das Fachgeschäft verlassen hat. Auch die ausführliche Einweisung in Handhabung und Pflege sowie Hygienemaßnahmen sind Voraussetzung für komfortables Tragen, hohe Verträglichkeit sowie eine angemessene Lebensdauer des Produktes. Allen Neukunden bei Müller Welt wird deshalb bei einem halbstündigen Termin ausführlich der richtige Umgang mit den Contactlinsen näher gebracht, indem der Contactlinsen-Spezialist zunächst die Vorgehensweise zeigt und der Kunde diese daraufhin wiederholen und üben kann. Dazu gehören: notwendige Hygienemaßnahmen, sicheres Auf- und Absetzen der Contactlinsen, richtiger Umgang mit dem empfohlenen Pflegeprodukt, Aufbewahren der Contactlinsen sowie einige Tipps und Tricks, die sich individuell aus dem Kundengespräch ergeben. Zusätzlich erhält der Kunde eine Handhabungsbroschüre<sup>2</sup>, in der die Inhalte des Beratungsgespräches nachgelesen werden können. In der Praxis zeigt sich allerdings, dass all das von den Contactlinsen-Trägern nicht immer berücksichtigt wird.

### ***Die Motivation der Bachelor Thesis***

#### ***Szenario 1: Die kognitive<sup>3</sup> Überforderung bei der Einweisung in Handhabung und Pflege***

Anhand vorheriger Ausführungen zeigt sich bereits, dass der „Contactlinsen-Neuling“ eine Menge von Informationen erhält. Diese muss er in kürzester Zeit aufnehmen, verarbeiten und umsetzen. Dabei können relevante Schritte entfallen. Natürlich hat der Contactlinsen-Anpasser nur die besten Absichten und gibt ihm gerade zu Anfang viele gute Hinweise mit auf den Weg, doch in gewisser Weise wird so mancher Kunde dadurch überfordert. Es lässt sich von einer kognitiven Überforderung sprechen, die sich genau so häufig bei der Kommunikation zwischen Ärzten und Patienten wiederfindet, wobei die *„häufige Ursache einer kognitiven Überforderung [...] das Überschätzen der Verständlichkeit von Empfehlungen oder der Merkfähigkeit des Patienten“* ist (Lauer 2008, S. 93). Es ist davon auszugehen, dass sich der Kunde nicht alle Auskünfte merken kann. Hinzukommt, dass es sich bei der Contactlinse um ein sehr filigranes Produkt handelt, welches zusätzlich auf das Auge gesetzt werden soll. Viele haben hier gerade zu Beginn Berührungsängste und sind aufgeregt, was zusätzlich die Aufmerksamkeit und Merkfähigkeit reduziert. Da gilt es für den Anpasser Ruhe

---

<sup>2</sup> Die Handhabungsbroschüre beinhaltet eine Trage- und Pflegeanleitung für formstabile und weiche Contactlinsen sowie allgemeine Informationen von denen ein Contactlinsen-Träger Kenntnis haben sollte.

<sup>3</sup> Kognitiv [lat.] bedeutet erkenntnismäßig, auf die Erkenntnis bezogen (vgl. Häcker/Stapf 1994, S. 388). *„Unter Kognitionen versteht man jene Vorgänge, durch die ein Organismus Kenntnis von seiner Umwelt erlangt. Im menschlichen Bereich sind dies besonders: Wahrnehmung, Vorstellung, Denken, Urteilen, Sprache. Durch Kognitionen wird Wissen erworben“* (Edelmann 2000, S. 114).

auszustrahlen und wichtige Informationen evtl. zu wiederholen. Doch auch dies schützt nicht vor dem Verlust wichtiger Informationen, sobald der Kunde Zuhause ist. Die Frage ist, wie verhält sich ein Neukunde in einer solchen Situation?

### ***Szenario 2: Die mangelhafte oder fehlende Einweisung in Handhabung und Pflege***

Selbst bei einer optimalen Vorbereitung eines Neukunden auf das Contactlinsen-Tragen gehen wichtige Informationen verloren. Doch welche Folgen hat dann erst eine mangelhafte oder komplett fehlende Einweisung? Dass die Einweisung nicht bei jedem Augenoptiker so gehandhabt wird und die Relevanz von Hygiene und richtiger Contactlinsen-Handhabung und -Pflege nicht immer deutlich kommuniziert wird, lässt sich bei Contactlinsen-Trägern oft beobachten. So wird z. B. das Händewaschen häufig vernachlässigt, bevor die Contactlinse von dem Auge gesetzt wird oder nach dem Absetzen wird die gleiche Aufbewahrungslösung verwendet, die sich bereits vor dem Aufsetzen der Contactlinse schon in dem Behälter befand. Fraglich ist daher, wie viele Kunden tatsächlich eine ausführliche Einweisung in die richtige Handhabung und Pflege der Contactlinsen bekommen und wie intensiv sie dazu angehalten werden, auch in ihrem Alltag so vorzugehen. Ein immer stärker in den Mittelpunkt rückendes Thema ist der Kauf von Contactlinsen im Internet oder Drogeriemarkt. Eine ausführliche und vor allem fachgerechte Einweisung ist hier kaum realisierbar. Zur Untersuchung dieser Fragestellung wird im Rahmen dieser Bachelor Thesis ein auf Hypothesen gestützter Fragebogen erarbeitet, der zu einem späteren Zeitpunkt näher erläutert wird. Die Folge einer unzureichenden Einweisung ist jedoch, dass sich auch dieser Kunde, früher oder später in der Situation befindet, in der Fragen aufkommen. Ebenso bleibt hier fragwürdig, was der Kunde dann unternehmen wird.

### ***Szenario 3: Der „Verfall“ der Compliance***

Die Compliance ist die Bereitschaft bzw. die Fähigkeit des Contactlinsen-Trägers die notwendigen Hygienemaßnahmen zu verstehen, zu akzeptieren und sie anzuwenden. Sie hängt von der jeweiligen Persönlichkeit des Contactlinsen-Trägers ab, von der Erklärung und Anleitung durch den Contactlinsen-Anpasser und von der Effizienz und Einfachheit des verwendeten Pflegesystems. Eine freundliche, verständliche Kommunikation zwischen Contactlinsen-Spezialist und Kunde ist entscheidend für eine gute Compliance und somit letztendlich für die Zufriedenheit aller Beteiligten (vgl. Berke/Blümle, S. 162; Lauer 2008, S. 92 ff.). Ziel eines jeden Contactlinsen-Anpassers sollte es sein, zu Beginn der Anpassung eine

gute Compliance herzustellen und diese weiterhin aufrecht zu erhalten. Nachweislich hat sich allerdings gezeigt, dass sie, einmal erzielt, nicht ewig unverändert bestehen bleibt, sondern vielmehr eine Halbwertszeit von nur wenigen Monaten haben kann (vgl. Lauer 2008, S. 93). Das heißt z. B., dass die gezeigten Pflegeschritte aufgrund von Zeitmangel oder Bequemlichkeit etwas abgewandelt werden oder Hygienemaßnahmen generell vernachlässigt werden. Eine Studie hat ergeben, dass eine korrekte Durchführung aller erforderlichen Pflegeschritte nur etwa eine bis zwei Wochen durchgehalten wird (vgl. Lauer 2008, S. 96). Die aufklärenden Worte des Anpassers werden so zunehmend verdrängt bzw. vergessen. Die Folge: *„Nachlässigkeiten werden nicht mehr ursächlich für Funktions- oder Komfortverlust wahr genommen. Und genau diese Entwicklung ist es, auf welche die „Drop-Out-Teufelchen“ warten“* (Lauer 2008, S. 93).

### ***Zielsetzung der Bachelor Thesis***

Ziel dieser Bachelor Thesis ist es, ergänzend zu der persönlichen Einweisung durch den Contactlinsen-Spezialisten, mehrere Informationsfilme zum Thema Handhabung und Pflege von Contactlinsen zu erstellen als Konzept zur besseren Kundenbetreuung. Diese wurden mit der Unterstützung des Medienzentrums der Hochschule Aalen<sup>4</sup> produziert.

Zur Beantwortung der beiden Fragen in Szenario 1 und 2 bleibt nur zu vermuten, wie das weitere Vorgehen des Kunden wäre. Befindet sich der Contactlinsen-Kunde gerade bspw. bei dem Auf- oder Absetzen oder bei dem Pflegen der Contactlinsen, sollte er möglichst schnell an unterstützende Informationen gelangen, um den Vorgang problemlos fortzusetzen. Der schnellste Weg ist neben dem Griff zur Handhabungsbroschüre, sofern eine ausgehändigt wird, die Auskunft im Internet. Immerhin nutze *„im Jahr 2012 [...] 75,6 % der deutschen Bevölkerung das Internet“* (Initiative D21 2012, S. 4). Dort stehen entweder Produkt- und Pflegebeschreibungen zu bestimmten Pflegemitteln<sup>5</sup> zur Verfügung, schriftliche Anleitungen zur Handhabung der Linsen von Contactlinsen-Herstellern<sup>6</sup>, Foren in denen Contactlinsen-

---

<sup>4</sup> Das Medienzentrum ist eine Einrichtung der Hochschule Aalen, welches verschiedenste Dienstleistungen von professionellen Filmaufnahmen im modernen A/V Studio bis hin zur 3D-Animation bietet. Dabei verfügt es über zeitgemäßes Equipment für interne und externe Projekte (vgl. HTW Aalen, Medienzentrum).

<sup>5</sup> vgl. <http://www.optikerschuetz.de/blog/die-richtige-pflege-der-weichen-kontaktlinsen> (Online-Abfrage: 2.10.2012)

<sup>6</sup> vgl. <http://video.apo-rot.de/docs/8010503.pdf> (Online-Abfrage: 2.10.2012)

Nutzer sich gegenseitig helfen und vor allem professionelles<sup>7</sup> sowie unprofessionelles<sup>8</sup> Videomaterial zur Veranschaulichung. Dabei ist auffällig, dass es sich in den meisten Fällen um Auskünfte über weiche Contactlinsen handelt und die wenigsten Erläuterungen und Aufklärungsvideos aus professioneller Hand kommen. Diese Arten von Informationen stehen also im Konflikt zu der enormen Nachfrage nach Tipps und Tricks, wie folgende Ausschnitte beweisen:

#### Kundenfall 1:

**„Wie setze ich Kontaktlinsen richtig ein? Stehe kurz vorm Amoklauf!! HILFE [...]!**

*Ich flippe aus! Nun habe ich mir letzte Woche endlich Kontaktlinsen geholt. Beim Optiker sollte ich sie einsetzen, rausnehmen und wieder einsetzen... das hat gefühlte Stunden gedauert, aber ich habe es hinbekommen. Am Freitag wollte ich sie dann natürlich wieder einsetzen, aber nachdem ich 15 Minuten gebraucht habe, sie in mein rechtes Auge zu fummeln, hatte ich keine Zeit mehr für die linke Seite und musste mit nur einer Kontaktlinse aus dem Haus. Das war vielleicht blöd. Ich habe zwar nur -0,5 bzw. -0,75 Dioptrien, aber man merkt den Unterschied schon, wenn der Blick mit einem Auge total klar und mit dem anderen völlig verschwommen ist. Nachmittags habe ich dann wieder so lange versucht, die linke Linse einzusetzen, daß mir mein Auge so doll wehgetan hat. Samstag habe ich dann komplett darauf verzichtet, weil es viel zu schmerzhaft war. Gestern Morgen dann der nächste Versuch = erfolglos. Heute Morgen habe ich es gleich gelassen, weil ich eh spät dran war. Das nervt, ich WILL diese blöden Kontaktlinsen tragen, aber ich scheine zu doof dafür zu sein. [...]*

*Ich wäre euch echt dankbar, wenn ihr Tipps und Tricks für mich habt. Wenn sie erst mal drin sind, ist es total toll und ich wäre wirklich traurig, wenn ich darauf verzichten müsste. Ach ja, ich habe weiche Linsen. Im Moment sind das Probelinsen für eine Woche. DANKE!“<sup>9</sup>*

#### Kundenfall 2:

*„Ich war heute beim Optiker und hab Kontaktlinsen ausprobiert. Der Mann hat versucht sie mir reinzusetzen aber immer wenn er mit der Kontaktlinse nahe an meinem Auge war ist mein Auge zugegangen. Wie bekomme ich die Kontaktlinsen rein“?<sup>10</sup>*

<sup>7</sup> vgl. <http://www.lensbest.de/shop/Beratung> (Online-Abfrage: 2.10.2012)

<sup>8</sup> vgl. [http://www.youtube.com/watch?v=oMzEDMoKY\\_A&feature=relmfu](http://www.youtube.com/watch?v=oMzEDMoKY_A&feature=relmfu) (Online-Abfrage: 2.10.2012)

<sup>9</sup> <http://www.hochzeitsplaza.de/hochzeits-forum/off-topic/off-topic/110487-wie-setze-ich-kontaktlinsen-richtig-ein-stehe-kurz-vorm-amoklauf-hilfe-frage-s-4-b-36/> (Online-Abfrage: 30.08.2012)

<sup>10</sup> <http://www.gutefrage.net/frage/wie-setze-ich-kontaktlinsen-ein> (Online-Abfrage: 30.08.2012)

Kundenfall 1 veranschaulicht, dass eine erfolgte Einweisung keinen problemlosen Umgang mit den Contactlinsen Zuhause sichert. Dies beschreibt genau die Problematik im Szenario 1. Dennoch ist der Wunsch Contactlinsen zu tragen groß. Gleichzeitig entsteht aber durch die zahlreichen Fehlversuche eine gewisse Frustration, die jede Freude an dem neuen Sehgefühl mit Contactlinsen untergräbt, ganz abgesehen von den Gefahren, die eine monokulare Korrektur in sich birgt, bspw. beim Autofahren. Kundenfall 2 ist ein sehr gutes Beispiel dafür, wie sich das Szenario 2, mangelhafte oder fehlende Einweisung in Handhabung und Pflege, entwickeln könnte.

Ein Kunde, der nach Monaten die demonstrierten Pflege- und Handhabungsschritte für sich selbst verändert und somit keine ausreichende Hygiene mehr leistet, wie in Szenario 3 geschildert, wird sich womöglich keine Informationen einholen, weil er der Meinung ist, alles richtig zu machen. Daher ist es an dieser Stelle umso wichtiger regelmäßige Kontrolltermine durchzuführen und die Handhabung und Pflege zu hinterfragen sowie auf mögliche Mängel hinzuweisen.

Bedenklich ist, dass alle Fallbeispiele zu einer möglichen Drop-Out-Situation führen könnten. Dies betont wiederum die Notwendigkeit einer professionellen und anschaulichen Aufklärung im Internet, sowohl für weiche als auch für formstabile Contactlinsen. Nicht zuletzt auch, weil der Faktor Bequemlichkeit einen immer größer werdenden Stellenwert einnehmen wird. Die Informationsbeschaffung muss heutzutage schnell und einfach gehen. Die Recherche nach der entsprechenden Literatur bzw. das Lesen von langen Texten erscheint mühsam, während die Suche im Internet zügig abläuft und wertvolles Anschauungsmaterial liefert.

Die im Rahmen dieser Bachelor Thesis zu erarbeitenden Informationsvideos zur Handhabung und Pflege von weichen und formstabilen Contactlinsen sollen als Unterstützung sowohl für die Kunden von Müller Welt auf deren Homepage dienen, als auch anderen Contactlinsen-Trägern im Internet bspw. auf „YouTube“ zur Verfügung stehen. Sie ersetzen nicht die persönliche Einweisung in Handhabung und Pflege durch den Contactlinsen-Spezialisten.



### **1.3. Aufbau und Vorgehensweise**

Nach einer einleitenden Hinführung zum Thema und der Darstellung von Motivation und Zielsetzung der Bachelor Thesis in *Kapitel 1*, widmet sich das *Kapitel 2* der aktuellen Situation der Augenoptik in Deutschland mit dem Schwerpunkt auf die Contactlinse. Dies beinhaltet Zahlen und Fakten bzgl. des Contactlinsen-Marktes sowie die Darstellung der derzeitigen Drop-Out-Situation in Deutschland. An dieser Stelle wird auf die bisher durchgeführten Drop-Out-Studien Bezug genommen und die zentralen Gründe für den Ausstieg aus der Contactlinsenoptik dargestellt. Ebenfalls wird erläutert, welche Komplikationen durch falsche Handhabung und mangelhafte Pflege entstehen können und es wird auf die Zukunftsaussichten der Contactlinse in Deutschland eingegangen.

In *Kapitel 3* wird der hypothesengestützte Fragebogen erläutert und die Ergebnisse der Umfrage dargestellt und diskutiert. Diese geben dabei Antwort auf die Frage, ob ein stärkerer Zusammenhang zwischen der Thematik Handhabung und Pflege und Drop-Out besteht als in den bisherigen Studien vermutet und ob diesem Thema ein viel größerer Stellenwert zukommt als bisher angenommen.

Diese Kapitel stellen somit die Grundlage für *Kapitel 4* dar, welches sich mit den bisherigen Ansatzpunkten zur Vermeidung von Drop-Outs auseinandersetzt. Dies dient einleitend dazu das Ergebnis dieser Bachelor Thesis vorzustellen: Das Konzept zur besseren Kundenbetreuung bei der Handhabung und Pflege von weichen und formstabilen Contactlinsen in Form von mehreren Informationsfilmen.

Im abschließenden *Kapitel 5* wird eine Handlungsempfehlung für Contactlinsen-Spezialisten gegeben sowie ein Résumé aus den vorherigen Ausführungen gezogen.

## 2. Die Situation der Contactlinse in Deutschland

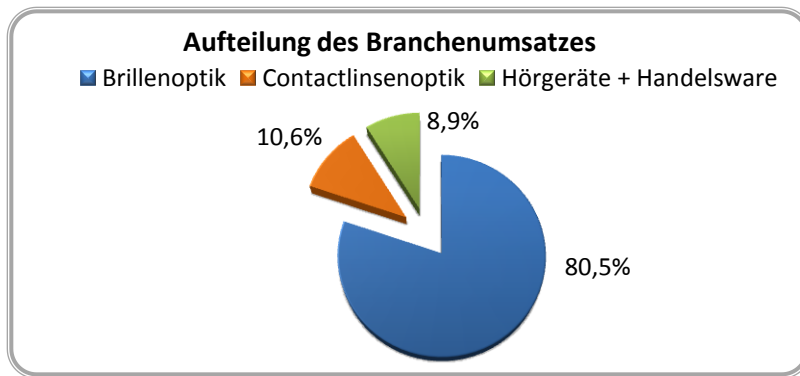
### 2.1. Darstellung der aktuellen Marktsituation der Augenoptik in Deutschland

Seit 2008 ist die Anzahl der augenoptischen Fachgeschäfte von 11.820 auf 12.030 Betriebe im Jahr 2011 angestiegen und die Zahl der Beschäftigten wird auf 49.000 (einschl. Inhaber) geschätzt. Ebenfalls positiv zu verzeichnen ist der Umsatz von rund 5 Mrd. Euro (inkl. MwSt.), dies entspricht einer Veränderung um 2,5 % gegenüber dem Vorjahr 2010. Der Zentralverband der Augenoptiker teilt die Augenoptikbranche grundsätzlich in drei große Segmente: Brillen- und Contactlinsenoptik sowie Hörgeräte inkl. Handelsware. Während der Umsatz der handwerklichen Brillenoptik einschl. Dienstleistungen und Reparaturen (4,12 Mio. Euro, d.h. 2,8 % Veränderung zu 2010) sowie der Umsatz mit Hörgeräten von Augenoptikern einschließlich Zubehör und Handelsware (0,53 Mio. Euro, d.h. 2,1 % Veränderung zu 2010) anstieg, zeigten sich in der Contactlinsenoptik bis 2011 weniger positive Zahlen (vgl. ZVA 2011). Dies stellt die folgende Tabelle dar:

	2008	2009	2010	2011
Handwerkli. Contactlinsenoptik einschl. Flüssigkeiten (Mrd. Euro, inkl. MwSt.)	0,411	0,404	0,396	0,396
Veränderung zum Vorjahr in %	2,21%	-1,80%	-2,0%	0%

Tabelle 1: Anteil der Contactlinsenoptik am Gesamtbranchenumsatz (vgl. ZVA 2011)

„Kontaktlinsenoptik unverändert“ lautet daher eine Überschrift des ZVA bzgl. des Umsatzanteils der Contactlinse am Gesamtumsatz und weiter heißt es: „*der Marktanteil der handwerklichen Kontaktlinsenoptik hat sich gegenüber 2010 nicht verändert und liegt bei 8,9 % oder 396 Millionen Euro*“ (ZVA 2011). Die daraus entstehende Aufteilung des Branchenumsatzes verdeutlicht die unten abgebildete Darstellung:



**Abbildung 1: Aufteilung des Branchenumsatzes**  
(vgl. ZVA 2011)

Die Contactlinsenoptik hat somit einen geringen Anteil an dem Gesamtumsatz der Augenoptikbranche. Dies ist aufgrund der eingangs gezeigten Margensituation nachvollziehbar. Dennoch sollte die Contactlinse von jedem Augenoptiker als Zusatzverkauf in Betracht gezogen werden. Laut Allensbach-Studie aber *„wurden lediglich knapp 20% jemals von ihrem Augenoptiker oder Augenarzt auf Kontaktlinsen angesprochen, 70% wurden noch nie angesprochen“* (Schulowski 2010, S. 70). Auch andere Umfragen zeigten, dass wenig aktive Ansprache auf Contactlinsen ausgeübt wird (vgl. Nagl/Braun 2012, S.61). Trotzdem ist in Deutschland von einer Zunahme der Contactlinsen-Penetration die Rede, was sich aber nicht durch ein Umsatzplus in der Contactlinsenoptik abzeichnet. Mögliche Gründe für diesen Widerspruch können sein:

- Der ZVA berücksichtigt in seinen Statistiken die augenoptischen Fachgeschäfte, keine weiteren Vertriebskanäle wie Augenärzte, Internet, Drogeriemärkte etc.
- Es gibt unterschiedliche Preiskategorien bei den jeweiligen Contactlinsensegmenten, d. h. die Anpassung bzw. der Kauf einer Tageslinse ist kostengünstiger als bei einer individuell gefertigten formstabilen Contactlinse und wirkt sich entsprechend auf den Umsatz aus.
- Contactlinsen-Träger, die nach einer gewissen Zeit das Tragen von Contactlinsen beenden, werden bei der Penetration nicht mit einbezogen.

Im ersten Tertial 2012 sind in der Contactlinsenoptik gegenüber dem Jahr 2011 deutlich positivere Zahlen zu verzeichnen. So lässt sich laut GfK ein Umsatzwachstum von 14 % auf 113,2 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr verzeichnen (vgl. Dobisch 2012, S. 56). *„Dabei*

wachsen die Kontaktlinsenumsätze im augenoptischen Fachhandel um 9 %, der Internethandel legt sogar um 38 % zu“ (Dobisch 2012, S. 56). Es macht sich also ein starkes Wachstum beim Internethandel bemerkbar, sodass 23 % des Umsatzes mit Contactlinsen über das Internet erwirtschaftet werden, wodurch dem augenoptischen Fachhandel wiederum Umsatzanteile verloren gehen (26 Millionen Euro). Besonders deutlich wird auch die Problematik, dass anpassungsintensive Contactlinsen (torische und Mehrstärkenlinsen) zunehmend über das Internet vertrieben werden (vgl. Dobisch 2012, S. 57).

Im weiteren Verlauf soll nun der Contactlinsenmarkt etwas genauer betrachtet werden.

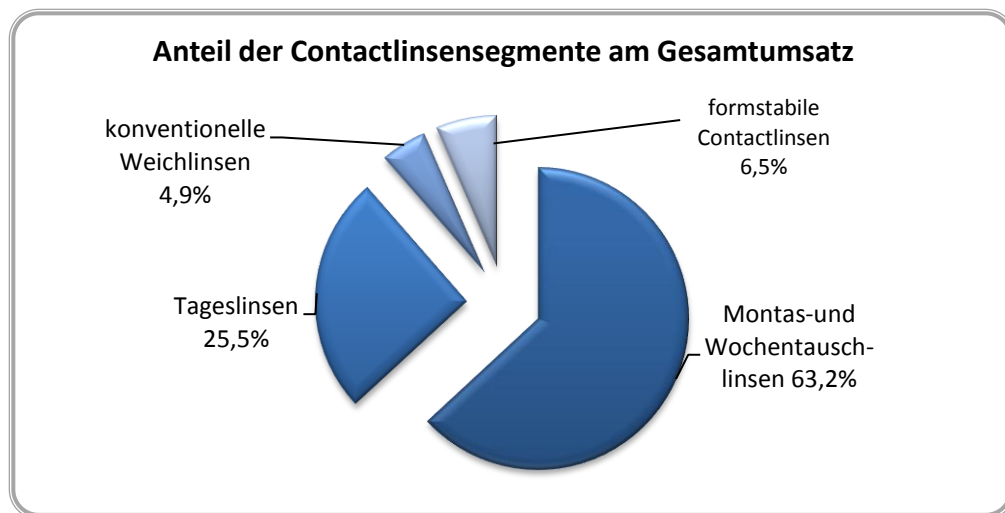
### ***Das Geschlecht und Alter der Contactlinsen-Träger***

Zwei Drittel der Contactlinsen-Träger sind weiblich (69 %), während der Anteil der männlichen Contactlinsen-Träger bei 31 % liegt (vgl. Alcon, 2012 S. 24).

Eine Trendumfrage zur Contactlinsen-Penetration hat ergeben, dass die „mittlere“ Altersgruppe, d. h. die 25- bis 50-jährigen, den größten Anteil unter den Contactlinsen-Trägern ausmachen (vgl. Nagl/Braun 2012, S. 58/59). Laut Alcon hat diese Altersgruppe einen Anteil von 54 % (vgl. 2012, S. 23). Bei den „Kids/Teens“ sowie bei den Presbyopen besteht deutliches Potenzial die Penetration zu erhöhen (vgl. Hädrich 2011).

### ***Die verschiedenen Contactlinsensegmente und ihr Anteil am Gesamtumsatz***

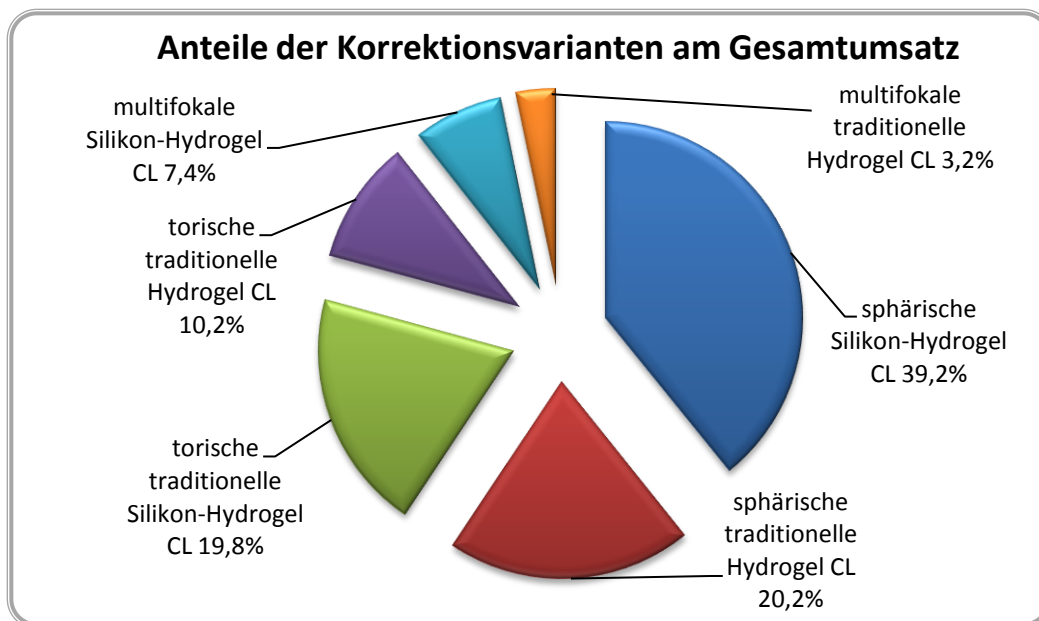
Zunächst ist bei allen Segmenten ein Umsatzwachstum zu beobachten. Besonders zeigt sich dies bei den Austauschsystemen, d. h. Tageslinsen (16 %) sowie Monats- und Wochenlinsen (15 %). Auch an dieser Stelle lässt *„sich ein überproportionales Wachstum beim Internethandel“* beobachten (Dobisch 2012, S. 56). Weiche Contactlinsen verzeichnen ein Umsatzplus von 8 %, formstabile Contactlinsen ein Plus von 11 % gegenüber dem ersten Tertial von 2011. Diese Segmente werden fast ausschließlich über den Fachhandel abgedeckt, verlieren aber insgesamt weiter an Umsatzbedeutung (vgl. Dobisch 2012, S. 56). Veranschaulicht bedeutet dies für den Anteil der Segmente am Gesamtumsatz:



**Abbildung 2: Anteil der Contactlinsensegmente am Gesamtumsatz**  
(Eigendarstellung in Anlehnung an Dobisch 2012, S. 56)

### ***Die Verteilung der Contactlinsen-Materialien und Korrektionsvarianten***

Bei den unterschiedlichen Contactlinsen-Materialien gewinnen die Silikon-Hydrogele im sphärischen und torischen Korrektionsbereich sowie bei den Multifokallinsen an Beliebtheit (zwei Drittel des Umsatzes bei Wochen- und Monatslinsen). Die traditionellen Hydrogel-Materialien sind dagegen rückläufig. „Der Umsatz mit sphärischen Silikonhydrogel-Linsen steigt um 21 % und mit 39,2 % am Gesamtumsatz ist dies nach wie vor das umsatzstärkste Segment im Bereich der Wochen- und Monatslinsen“ (Dobisch 2012, S. 56). Torische Contactlinsen haben insgesamt einen Anteil von 30 % am Gesamtumsatz, während der Anteil der Mehrstärkenlinsen stabil bei ungefähr 10 % liegt (vgl. Dobisch 2012, S. 57). Für die Monats- bzw. Wochen-Tauschlinse lassen sich die Verhältnisse für den gesamten augen-optischen Markt folgendermaßen darstellen:



**Abbildung 3: Anteil der Korrektionsvarianten am Gesamtumsatz**  
(Eigendarstellung in Anlehnung an Dobisch 2012, S. 57)

### **Die Pflegemittel**

Bei Pflegemitteln zeigt sich nur ein mäßiges Wachstum im ersten Tertial 2012 von 2 %. Der Umsatz beträgt im augenoptischen Fachhandel 31,3 Millionen Euro (vgl. Dobisch 2012, S. 57). Der Großteil des Pflegemittelumsatzes bei Augenoptikern wird durch Multifunktionslösungen für weiche Contactlinsen (47,2 %) und Peroxidsysteme (24,3 %) generiert (vgl. GfK 2012). Das Internet spielt als Bezugsquelle eine untergeordnete Rolle (vgl. Dobisch 2012, S. 57). Der Grund dafür könnte sein, dass viele Kunden ihre Pflegemittel zunehmend von Drogerie- oder Supermärkten beziehen können. Der übrige Anteil des Pflegemittelmarktes bei Augenoptikern setzt sich laut GfK (2012) zusammen aus: Multifunktionslösungen für harte Contactlinsen (13 %), Reinigern für formstabile Contactlinsen (5,4 %), Aufbewahrungs- und Desinfektionslösungen für formstabile Contactlinsen (13 %) sowie enzymatische Reiniger (3,3 %), Abspüllösungen (2,7 %) und Nachbenetzungstropfen (4 %). Der Anteil dieser genannten Pflegeprodukte ist am Gesamtumsatz wiederum bei den Augenoptikern höher. Die Begründung hierfür könnte darin liegen, dass zur Verwendung dieser Produkte eine Beratung sowie Pflegehinweise von Augenoptikern oder Contactlinsen-Spezialisten erforderlich sind.

### ***Die Anpassgebühr***

Ein häufig diskutiertes Thema ist die Anpassgebühr – wie viel soll eine Contactlinsen-Anpassung kosten, damit sich diese für das Geschäft tatsächlich rentiert; – wie viel darf sie kosten, damit sich ein Kunde, trotz vieler kostengünstigerer und bequemerer Angebote (bspw. im Internet), in die fachkundigen Hände des Augenoptikers begibt. So erfolgt die Anpassung an vielen Stellen kostenlos und daher ergibt sich eine durchschnittliche Anpassgebühr in Deutschland von 31 Euro, die im Vergleich zu anderen europäischen Ländern, neben Italien mit 30 Euro, am niedrigsten kalkuliert ist. Die Konsequenz daraus ist, dass ca. 50 % aller Augenoptiker der Contactlinse aus wirtschaftlichen Gründen skeptisch gegenüberstehen. Dabei gilt: *„was nichts kostet, ist nichts wert“* (CIBA VISION 2009, S. 8-9). Die Anpassgebühr in Europa hingegen liegt durchschnittlich bei 54 Euro. Dabei zeigte sich eine deutliche Korrelation zwischen der Verbreitung der Contactlinse und der Anpassungsgebühr, bspw. werden *„in Schweden, einem der Länder mit der höchsten Kontaktlinsenpenetration, [...] durchschnittliche 62 Euro für eine Anpassung verlangt“* (CIBA VISION 2009, S. 9). Dies verdeutlicht, dass eine höhere Anpassgebühr nicht zwangsläufig weniger Kundschaft bedeutet, sondern durch den richtigen Einsatz von kompetenter Dienstleistung und Kommunikation zu einem wachsenden Kundenstamm und letztlich zu einem rentablen Geschäft mit der Contactlinse führe kann.

### ***Contactlinsen-Penetration in Europa***

In Europa liegt die Penetration mit 6 % höher als in Deutschland selbst, aber dennoch niedrig im Vergleich zu Japan und USA mit 15 % (vgl. CIBA VISION 2010, S. 8). Diesem Anteil an Contactlinsen-Trägern nähern sich in Europa nur die Schweiz mit 14 % und Schweden mit 18 %. Deutschland bildet daher mit einem Anteil von 5,3 % das Schlusslicht (vgl. CIBA VISION 2010, S. 8; CIBA VISION 2009, S. 9).

## 2.2. Drop-Outs

In den letzten Jahren wurden einige Studien zu Drop-Outs durchgeführt, die sich mit der Erforschung der Gründe für den Ausstieg aus dem Contactlinsen-Tragen beschäftigten. Diese werden im Folgenden genauer beleuchtet. Darüber hinaus werden weitere Überlegungen zu möglichen Beweggründen für einen „schleichenden“ Ausstieg aus der Contactlinsenoptik, getätigt.

### 2.2.1. Gründe für Drop-Outs

Die aktuellste Studie stammt von Elke Dobisch (vgl. Dobisch 2012, S. 78 ff.). Bei der zunächst offenen Beantwortung der Frage, warum heute keine Contactlinsen mehr getragen werden, lag die Begründung für 45 % der Befragten in der Unverträglichkeit und durch konkrete Beschwerden hervorgerufene Komplikationen. Für 22 % war der Grund für den Ausstieg, dass die Brille eine (bessere) Alternative zur Contactlinse darstellt, aufgrund der unkomplizierteren Handhabung einer Brille oder des heutzutage attraktiveren Brillendesigns. Weitere 19 % haben keinen Bedarf mehr an Contactlinsen, aufgrund eines Eingriffes am Auge oder veränderter Lebensumstände. Anwendungs- und Handhabungsprobleme waren für 16 % der Umfrageteilnehmer Ursache für den Drop-Out, während 12 % aus Kostengründen ausstiegen und weitere 10 % Gewöhnungsprobleme und Unbehagen schilderten.

#### Schwerpunkt Verträglichkeitsprobleme und Komplikationen

Im Rahmen einer gestützten Umfrage stellte sich heraus, dass der Hauptausstieggrund Verträglichkeitsprobleme sowie Komplikationen sind. Diese beinhalten *„entzündete, juckende, gerötete, schmerzende und trockene Augen [...], teilweise schwere Beschwerden, die über reines Unwohlsein hinausgehen“* (Dobisch 2012, S. 81). Folgende Darstellung veranschaulicht eine thematische Auflistung der Hauptursache Verträglichkeits- und Gewöhnungsprobleme.

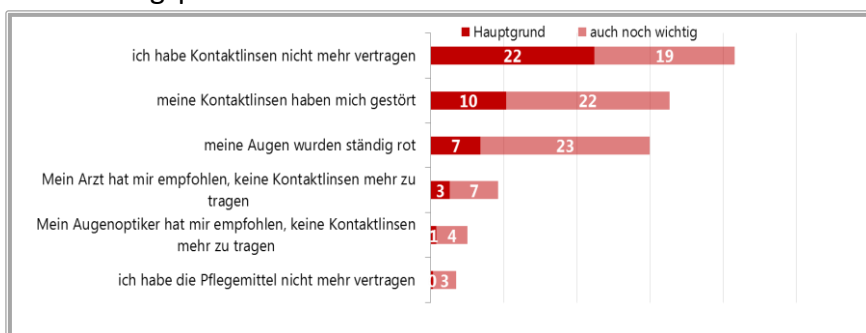


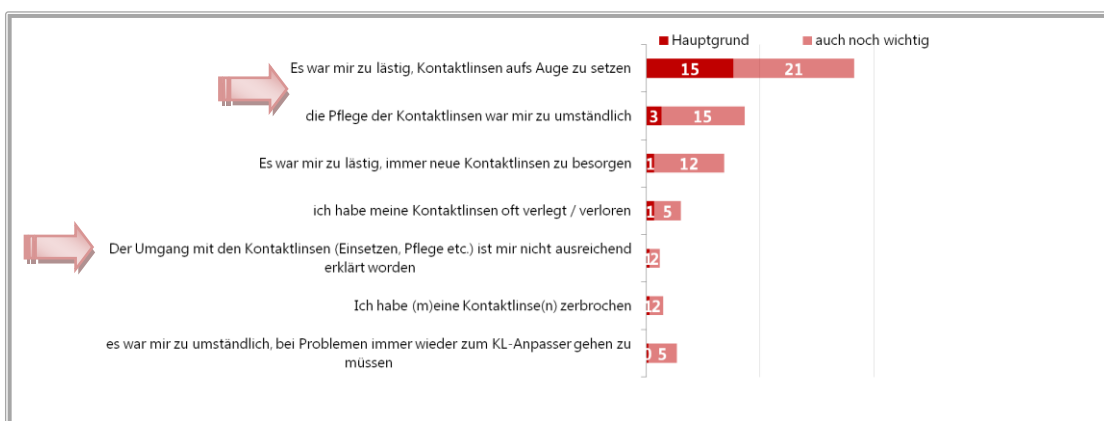
Abbildung 4: Hauptursache Verträglichkeits- und Gewöhnungsprobleme (Dobisch 2012)



Ebenfalls zu berücksichtigen ist, dass ein Drittel der Aussteiger innerhalb der letzten drei Jahre Contactlinsen trugen, weshalb anzunehmen ist, dass diese mit neuen und modernen Systemen versorgt wurden. Ähnliche Ergebnisse zeigten sich in einer Bachelor Thesis von 2010 (vgl. Rauscher, S. 10 ff.). Auch hier waren die häufigsten Gründe für den Drop-Out: schlechter Tragekomfort (23,9 %), trockene Augen (16,5 %) sowie Probleme mit der Verträglichkeit der Contactlinsen (13,3 %). Parallelen lassen sich auch zu einer Erhebung der Contactlinsen-Penetration ziehen, in der ebenfalls Gründe für den Ausstieg bei ehemaligen Contactlinsen-Trägern abgefragt wurden (vgl. Nagl/Braun 2012, S. 62). Dabei steht ein unangenehmes Tragegefühl an erster Stelle (56 %), gefolgt von Bequemlichkeit (38 %) und Unverträglichkeit der Contactlinsen (38 %). „48 % der Kontaktlinsenaussteiger berichten, dass das Komfort-Problem der Hauptgrund für den Ausstieg war“, zeigt eine im Jahr 2008 durchgeführte Studie von CIBA VISION (vgl. Hädrich 2011). Erwähnenswert ist ebenfalls die hohe Ausstiegsquote innerhalb der ersten Tragezeit. So wurde nachgewiesen, dass knapp die Hälfte der Aussteiger (49,5 %) bereits innerhalb der ersten eineinhalb Jahre das Contactlinsen-Tragen beendeten (vgl. Rauscher 2010, S. 11). Auch Dobisch stellte eine Ausstiegsquote von 38 % innerhalb des ersten Jahres fest (vgl. Dobisch 2012, S. 80).

### ***Schwerpunkt Handhabung, Pflege und Wiederbeschaffung***

Weitere Schwerpunkte als Ursache für Drop Outs liegen in der Handhabung, Pflege und Wiederbeschaffung von Contactlinsen, wie folgende Abbildung verdeutlicht:



**Abbildung 5: Ein weiteres Problem: Handhabung, Pflege, Wiederbeschaffung (Dobisch 2012)**

Das „lästige“ Einsetzen der Contactlinsen war für 15 % der Hauptgrund auszusteigen; für 21 % war dies ebenfalls wichtig. Die umständliche Pflege der Contactlinsen war für 3 % der

Hauptgrund; für 15 % ebenfalls ein wichtiges Ausstiegs-kriterium. Der Faktor Handhabung und Pflege stellte somit für die Hälfte der Teilnehmer ein wichtiges Kriterium dar, sich von dem Contactlinsen-Tragen zu verabschieden, was wiederum die Brisanz dieser Thematik unterstreicht. Aufgrund dieses Ergebnisses wäre zu erwarten, die Contactlinsen-Träger wurden diesbezüglich nicht ausreichend aufgeklärt. Dobisch stellte jedoch fest, dass aus Sicht von 85,3 % Handhabung und Pflege ausreichend erklärt wurde, während sich 7,6 % der Betroffenen nicht mehr erinnern können (vgl. Dobisch 2012).

Bei der gestützten Befragung wurde deutlich, dass für 3 % der Befragten der Umgang mit den Contactlinsen nicht ausreichend erklärt worden ist und somit letztendlich die Ursache für den Ausstieg darstellt. Dies lässt darauf schließen, dass bei einigen Aussteigern ein Zusammenhang zwischen mangelnder Aufklärung und einem späteren Drop-Out besteht (vgl. Dobisch 2012).

In einer Studie von Studierenden der Fachschule für Augenoptik in Jena wurden u. a. Augenoptiker nach ihrer Meinung zu den Gründen des Ausstiegs gefragt (vgl. Schulowski 2010, S. 70 ff.). Hauptursache war für 53 % der Augenoptiker die unzureichende Beratung durch den Fachmann, während 40 % die Ursache in der falschen Handhabung durch den Kunden sehen (vgl. Schulowski 2010, S. 72). Dabei ist zu berücksichtigen, dass ein Kunde seine Linsen nur so gut handhaben und pflegen kann, wie dies von einer Fachperson demonstriert wurde. Hinzukommt, „dass 35 % der Augenoptiker angaben, keine Mitarbeiterschulungen im Bereich Kontaktlinse durchzuführen [...]“ (Schulowski 2010, S. 72). Woher stammt dann die Erwartungshaltung, dass ein Kunde seine Contactlinsen vorbildlich handhabt, wenn nicht einmal das Fachpersonal dafür ausreichend ausgebildet ist? Dass in diesem eigentlich so schnell und einfach zu optimierenden Bereich in der Praxis immer wieder Mängel vorkommen, zeigt auch folgendes Kundenbeispiel aus der Praxis:

*Nach einer Nasen-OP bekommt ein Brillenträger von seinem behandelnden Arzt empfohlen, in den Wochen des Heilungsprozesses auf die Brille zu verzichten und deshalb auf Contactlinsen umzusteigen. Kein Problem denkt sich dieser und begibt sich in die Hände seines Augenoptikers, bei dem er schon seit Jahren zufriedener Brillenkunde ist. Der Augenoptiker händigt ihm die entsprechenden Monatslinsen aus*

*ohne jegliche Einweisung in die richtige Handhabung und Pflege der Contactlinsen. Die Handhabung Zuhause gestaltet sich schwierig und so dauert es nicht lange bis die erste Contactlinse Beschädigungen aufweist. Daraufhin sucht der Kunde seinen Augenoptiker auf, um ihm das Problem zu schildern. Anstatt, dass sich dieser nach der Handhabung erkundigt, händigt er ihm ein weiteres Paar Monatslinsen aus. Doch auch mit diesem Paar bestehen die Schwierigkeiten weiterhin, sodass der ungeübte Umgang mit Contactlinsen zu erneuten Beschädigungen an der Contactlinse führt. Daraufhin sucht der Kunde einen Contactlinsen-Spezialisten auf, der ihm eine ausführliche Einweisung in die Handhabung der Contactlinsen gibt. Seitdem ist das Auf- und Absetzen ohne Schwierigkeiten bzw. Beschädigungen an der Contactlinse möglich.*

Ebenfalls ist der Faktor „Bequemlichkeit“ für Kunden ein wichtiger Punkt. Wie oben beschrieben, ist dies bei einer Erhebung der Contactlinsen-Penetration für 38 % ein Ausstiegsgrund gewesen. Laut Dobisch-Studie sind *„auch der Pflegeaufwand (für 18 % wichtiger Ausstiegsgrund) und die Wiederbeschaffung (13%) [...] nicht zu unterschätzende „Nerv“-Faktoren“* (Dobisch 2012, S. 81).

### **Weitere Gründe**

Aspekte wie Kosten, alternative Brille oder Lasik OP spielen insgesamt für den Ausstieg eine untergeordnete Rolle, sind aber für den Einen oder Anderen auch Hauptausstiegsgrund. Demnach war für knapp ein Drittel der Preis ein Grund für den Ausstieg; für 9 % war dies sogar der Hauptgrund. Eine Brille bevorzugen inzwischen wieder 22 %, weitere 8 % sind aufgrund der Presbyopie komplett auf die Brille umgestiegen. 16 % waren mit der erreichten Sehleistung nicht zufrieden und entschieden sich daher für die Brille. Die alternative Lasik OP war für 8 % ein Grund für den Drop-Out (vgl. Dobisch 2012, S. 82).

### **Indirekte Ursachen von Drop-Outs**

Bisher beschäftigten sich die Studien mit offensichtlichen Gründen für Drop-Outs, die direkt auf die Contactlinse bzw. dessen Anpassung zurückzuführen sind. Doch wie verhält es sich mit indirekten Ursachen für den Ausstieg, wie z. B. die Gestaltung von

Marketingmaßnahmen oder die Möglichkeit Contactlinsen im Internet oder Super- und Drogeriemärkten zu kaufen, welche möglicherweise die Erwartungshaltung und Einstellung der Verbraucher derart beeinflussen und verfälschen und sich so für einen späteren Drop-Out verantwortlich zeigen.

Innerhalb einer Studie wurde deutlich, dass bei jüngeren Nutzern (bis 44 Jahre) der Anteil der kurzfristigen Nutzer fast doppelt so hoch ist wie bei älteren (vgl. Dobisch 2012, S. 79). An dieser Stelle spiegelt sich möglicherweise die erwähnte Problematik der Werbemaßnahmen wider: *„Die Vielfalt des heutigen Angebots und die Möglichkeit, Austauschlinsen zu probieren, senken die Hemmschwelle gegenüber Kontaktlinsen und einer Erstinvestition deutlich“* (Dobisch 2012, S. 79). Betont wird dabei sowohl von der Seite der Industrie als auch von einigen Augenoptikern besonders der Kostenfaktor, z.B. „kostenloses Probetragen“ oder „Geldzurückgarantie“, aber auch die Unkompliziertheit des Produktes. Vernachlässigt wird dabei die Relevanz einer professionellen Anpassung inklusive regelmäßiger Nachkontrollen sowie Erklärung von Handhabung und Pflege der Contactlinsen. Aber genau diese Aspekte beeinflussen beschwerdefreies und langjähriges Tragen von Contactlinsen. Die erfolgreiche Anpassung einer Contactlinse wird nicht allein durch das Produkt erreicht, sondern vielmehr durch eine ausführliche Anamnese, die richtige Auswahl einer geeigneten Contactlinse, deren Sitzkontrolle, die Überprüfung der Sehschärfe sowie die Einweisung in Handhabung und Pflege. Dieser umfangreiche Anpassungs- und Betreuungsprozess braucht Zeit und hat auch seinen Preis. Wird dies nicht kommuniziert sondern vernachlässigt um mit anderen Vertriebskanälen mithalten zu können und stattdessen das Produkt ohne weiteren Aufwand über die „Ladentheke“ verkauft, merkt der Verbraucher spätestens bei den ersten Anwendungen Zuhause, welche Faktoren dazu gehören, damit das Produkt wirklich so „easy“ zu benutzen ist, wie es in der Werbung oft kommuniziert wird. Zwangsläufig ist dann der Umgang „lästig“, nimmt Zeit in Anspruch und die Pflege ist aufwendig, also offensichtlich doch nicht so, wie es in der Werbung vermittelt wurde. Es sind an dieser Stelle nur Spekulationen, aber auch diese Situation könnte zu einem Drop-Out führen, weil die durch die Werbung erzeugten Erwartungen nicht der Praxis entsprechen. Unter Umständen lässt sich an dieser Stelle von einer „unangemessenen Kommunikation innerhalb des Marketings“ sprechen.

Des Weiteren sind Contactlinsen heutzutage nicht nur beim Augenoptiker oder im Contactlinsen-Institut erhältlich, sondern auch ohne die notwendige persönliche Untersuchung und Beratung problemlos über den Versandhandel, Internet oder im Drogerie- oder Supermarkt (vgl. Stiftung Warentest 2004). Zwar ist der Anteil derjenigen, die ihre ersten Contactlinsen im Internet gekauft haben sehr gering und der Drop-Out verläuft nicht primär über die Abwanderung in branchenfremde Vertriebskanäle (vgl. Dobisch 2012, S. 80), dennoch könnte dieser freie Zugang des eigentlichen Medizinproduktes auch eine indirekte Ursache für einen „schleichenden“ Drop-Out darstellen.

Der Vertriebskanal Drogerie- oder Supermarkt ist ein Beispiel, bei dem die Thematik Compliance gänzlich unbeachtet bleibt. Der Verbraucher hat hier freien Zugriff auf Contactlinsen: - ohne die notwendige persönliche Untersuchung und Beratung; - ohne Berücksichtigung der individuellen Bedürfnisse und Tragegewohnheiten. Dabei handelt es sich bei Contactlinsen weder um „Lifestyle-Produkte“, noch um „Ware, die vom Grabbeltisch kommen sollte“ (Stiftung Warentest 2004; Böhme 2011).

Diese Darstellung steht darüber hinaus im Konflikt zu der jahrelangen und qualifizierten Ausbildung, die ein Contactlinsen-Spezialist an Hochschulen- oder Meisterschulen absolviert, bevor er selbst Contactlinsen anpassen darf. In Theorie und Praxis wird Fachpersonal dafür ausgebildet, den Augenzustand sowie den Tränenfilm zu beurteilen, die individuellen Hornhaut-Radien und -Durchmesser zu bestimmen und auch die Refraktionswerte. Durch die Möglichkeit das Medizinprodukt Contactlinse allerdings auch im Internet, Super- oder Drogeriemarkt zu erhalten, erscheinen diese Qualifikation aus Sicht des Konsumenten verzichtbar und dies führt zwangsläufig zu der Meinung, dass Contactlinsen quasi „von alleine funktionieren“, wenn sie doch ebenso einfach wie andere Produkte ohne Beratung gekauft werden können.

In einer daraus entstehenden Drop-Out-Situation heißt es dann womöglich „Contactlinsen sind einfach nichts für mich“ oder „die richtige Contactlinse gibt es für mich nicht“. Dass allerdings ein komfortables Tragen auch durch eine professionelle Beratung und individuelle Anpassung einer Contactlinse sowie der Betreuung während des Tragens generiert wird, bleibt unberücksichtigt, da es sich ja dem Anschein nach um das gleiche Produkt handelt und

der (Dienstleistungs-)unterschied nicht eindeutig kommuniziert wird. Aufgrund dessen ist in den USA ein Gesetz in Kraft getreten, durch das ein Contactlinsen-Träger verpflichtet ist, seine Linsen ein Mal im Jahr von einem Spezialisten kontrollieren zu lassen, woraufhin er ein Rezept erhält, welches erst einzulösen ist, wenn die Untersuchung und die Unbedenklichkeit bestätigt wurden (vgl. Stiftung Warentest 2004). Sicherlich ist dies eine gesetzliche Regelung, die auch in Deutschland in Betracht gezogen werden sollte – gewissermaßen auch als Vorbeugung gegen Drop-Outs.

### 2.2.2. Komplikationen durch falsche Handhabung und mangelhafte Pflege

„Erfolg und Komfort des Kontaktlinsentragens [hängen] entscheidend von der Pflege der Kontaktlinsen ab“ (Berke/Blümle, S. 17). In der Praxis zeigt sich allerdings, dass an dieser Stelle häufig Defizite auftreten, dessen Folgen sich vom Contactlinsen-Träger gar nicht abschätzen lassen. Folgende Tabelle zeigt typische Fehler im Umgang mit Contactlinsen:

#### Häufigste Fehler im Umgang mit Contactlinsen

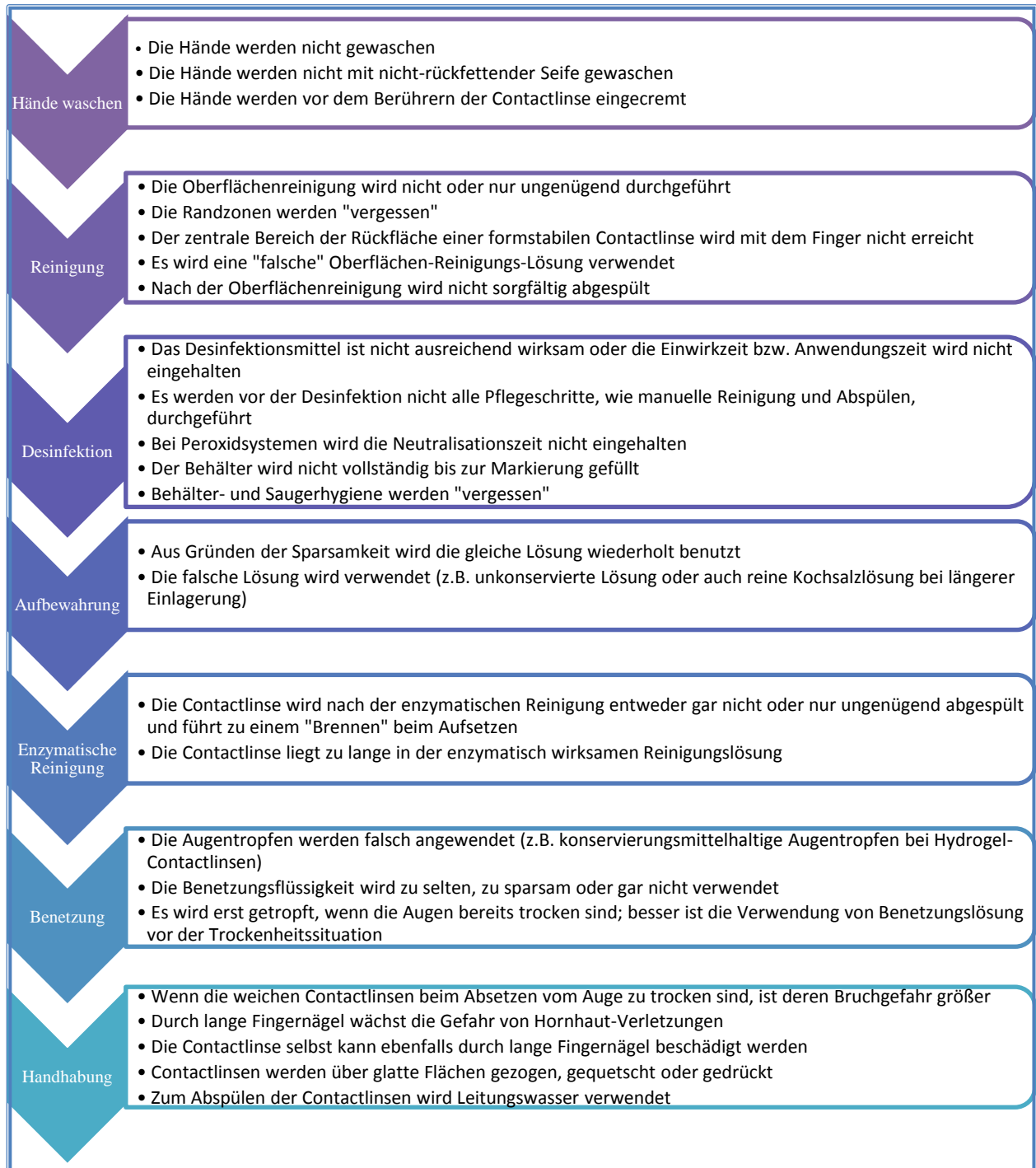


Abbildung 6: Häufigste Fehler im Umgang mit Contactlinsen  
(Eigendarstellung in Anlehnung an Baron/Ebel 2008, S. 117 f.)

*„Unwissenheit über die einzelnen Pflegeschritte, unzulängliche Zuverlässigkeit beim Befolgen der Hygienemaßnahmen, Zeitmangel, Bequemlichkeit, aber auch geringe allgemeine Hygiene sowie Geldmangel müssen für Defizite in der Kontaktlinsenhygiene mitverantwortlich gemacht werden“* (Berke/Blümle, S. 34). Gerade im Bereich Reinigung und Pflege können diverse Fehler gemacht werden, die sich nach einer gewissen Zeit zwangsläufig auf die Verträglichkeit und den Komfort der Contactlinsen auswirken. Um die Relevanz dieser Thematik zu unterstreichen, werden an dieser Stelle nur einige Fehler im Umgang mit der Contactlinse und die daraus entstehenden Folgen näher beleuchtet.

### ***Unsachgemäße Reinigung***

Die Konsequenz einer unsachgemäßen Hygiene und Pflege ist in erster Linie, vor allem bei weichen Contactlinsen, die Entstehung von Ablagerungen, welche als Ursache für weitere Komplikationen (z. B. Infektionen) gesehen werden und durch eine Tränenfilmstörung noch verstärkt werden können (vgl. Baron/Ebel 2008, S. 104; Berke/Blümle, S. 60). *„Aus der Auswertung zahlreicher Studien ergibt sich, dass bis zu 70 Prozent aller Irritationen und Unverträglichkeitsprobleme auf eine mangelnde Kontaktlinsenhygiene und hier somit auf eine ungenügende Vermeidung von Ablagerungen zurückzuführen sind“* (Baron/Ebel 2008, S. 104). Außerdem werden die optische Leistungsfähigkeit der Contactlinsen, die Sauerstoffdurchlässigkeit sowie die Lebensdauer erheblich beeinflusst. *„Ablagerungen fördern die Anheftung von Bakterien und, da sie auch als Substrat für Mikroorganismen<sup>11</sup> auftreten, deren Vermehrung“* (Berke/Blümle, S. 31). Erschwerend kommt hinzu, dass die dünnen Fremdstoffschichten vom Betrachter mit bloßem Auge zunächst nicht zu erkennen sind und bei einer ungenügenden Reinigung immer dicker werden bis sich die Auswirkungen für den Contactlinsen-Träger bemerkbar machen. In diesem Zusammenhang wird von optischen, mechanischen, physiologischen und pathogenen Auswirkungen gesprochen (vgl. Baron/Ebel 2008, S. 104 f.), welche in folgender Tabelle dargestellt werden:

---

<sup>11</sup> *„Mikroorganismen sind mikroskopisch kleine Lebewesen. Sie sind überall in der Natur in vorstellbar großen Zahlen vorhanden[...]. Viele Arten von Mikroorganismen sind für die Existenz von Pflanzen, Tieren und Menschen unbedingt erforderlich; [...]. Andere Mikroorganismen können jedoch gefährlich Krankheiten verursachen [...]. Im Rahmen der Kontaktlinsenhygiene interessieren überwiegend solche Mikroorganismen, die das Augensystem schädigen können, also augengefährliche (augenpathogene) Mikroorganismen. Dazu werden gewissen Arten von Bakterien, Pilzen und Viren, sowie Einzeller gezählt“* (Baron/Ebel 2008, S.71).



## Auswirkungen von Ablagerungen

	optisch	mechanisch	physiologisch	pathogen
<b>Auswirkungen</b>	Herabsetzung der Lichttransmission  Auftreten von Streulicht, welches „milchiges Sehen“ verursacht (Trübung)  Senkung der Kontrastempfindlichkeit  Verschlechterung der Sehschärfe	Irritationen der Hornhaut, Bindehaut und der Augenlider  Störungen durch herabgesetzte Benetzbarkeit  Störungen durch veränderte Weichheit und Flexibilität der Contactlinsen (bei weichen CL)	Beeinflussung der Sauerstoffversorgung der Hornhaut durch herabgesetzte Benetzbarkeit und niedrigen Wassergehalt (bei weichen CL)	allergische Reaktionen  gigantopapilläre Conjunktivitis <sup>12</sup>  rote Augen  chemische Intoxikationen  Vaskularisationen <sup>13</sup> der Hornhaut  Infektionen am Auge durch angelagerte Mikroorganismen

**Tabelle 2: Auswirkungen von Ablagerungen**  
(Eigendarstellung in Anlehnung an Baron/Ebel 2008, S. 104 f.)

## Vernachlässigung der manuellen Reinigung

Eine weitere Problematik bei der Reinigung von Contactlinsen ist die Verwendung von Mehrzwecklösungen mit der Aufschrift „NO-Rub“. Aufgrund des Namens werden Contactlinsen-Nutzer zwangsläufig dazu verleitet, die Contactlinse abzusetzen ohne sie, so wie es das System vorsieht, die Linse abzuspülen. Hartnäckige Proteinablagerungen werden so nicht entfernt. Die Folge ist eine unzureichende Reinigung, welche „die Besiedlung der Kontaktlinsen mit Mikroorganismen einschließlich Akanthamöben<sup>14</sup> fördern kann“ (Baron/Ebel 2008, S. 56). Eine manuelle Reinigung ist daher auch bei Kombilösungen immer durchzuführen, weil sie eine wichtige prophylaktische Maßnahme darstellt, um Lipide, Muzine, und lipidähnliche Substanzen aus dem Tränenfilm, aber auch Kosmetikrückstände oder Staub von der Contactlinse zu entfernen (vgl. Berke/Blümle, S. 139). Auch bei einer

<sup>12</sup> Bei der gigantopapillären Conjunktivitis handelt es sich um eine Entzündung der Lidbindehaut, die vermutlich auf denaturierte Eiweißstoffe in den Ablagerungen zurückzuführen ist (vgl. Baron/Ebel 2008, S. 105).

<sup>13</sup> Die (Neo-)Vaskularisationen sind Gefäßneubildungen, die aufgrund von Sauerstoffmangel durch eine Contactlinse entstehen. Dabei wachsen Gefäße aus dem Bereich des limbalen Gefäßnetzes in tiefere Bereiche des Stromas ein (vgl. Müller-Treiber 2009, S. 428).

<sup>14</sup> Akanthamöben sind freilebende Protozoen (Einzeller). Sie sind im Erdreich, in der Luft und im Wasser zu finden. Sowohl im Salzwasser als auch im Quellwasser, im Trinkwasser, sowie in gechlorten Schwimmbädern. Sie können sich fortbewegen und ernähren sich hauptsächlich von Bakterien. Sie sind der Auslöser einer Akanthamöbeninfektion (vgl. Berke/Blümle, S. 113 ff.).

sorgfältigen Pflege der Contactlinsen können Ablagerungen bei Contactlinsen-Trägern mit einer von der Normalität abweichenden Zusammensetzung des Tränenfilms durch die tägliche Reinigung nicht immer entfernt werden. Um dieser Situation vorzubeugen, sollte der Contactlinsen-Spezialist seinen Kunden darüber aufklären und eine (wöchentliche) enzymatische Reinigung, um die hartnäckigen, fest sitzenden Proteinablagerungen zu entfernen, empfehlen (Baron/Ebel 2008, S.68).

### ***Mangelnde Behälterhygiene***

Eine große Rolle bei der Contactlinsen-Pflege spielen ebenfalls die Durchführung der Behälterhygiene sowie die Reinigung des Zubehörs. In der Praxis lassen sich häufig beim Behälter hygienische Mängel nachweisen. So ist dieser z. B. im Verschlussbereich des Deckels oft stark verschmutzt oder in der Aufbewahrungslösung befinden sich Schmutz- oder Kosmetikpartikel, die einer erfolgreichen Desinfektion entgegenwirken. Außerdem hat sich *„die Innenseite der Aufbewahrungsbehälter [...] als hervorragendes Milieu für die Besiedlung durch Mikroorganismen erwiesen“* (Berke/Blümle, S. 33). Dies könnte die Ursache einer bakteriellen Keratitis<sup>15</sup> sein. Daher sollte ein Contactlinsen-Träger den Behälter regelmäßig reinigen und austauschen.

### ***Falsches Contactlinsen-Handling***

Neben der unzureichenden Reinigung kann besonders zu Beginn des Contactlinsen-Tragens das Handling beim Auf- und Absetzen für den „Contactlinsen-Neuling“ eine schwierige Situation darstellen. Die Einen sind es gewohnt sich an das Auge zu fassen, durch die Verwendung von Kosmetika o. ä., während Andere sogar Angst haben und sich unsicher fühlen. Der reflexartige Lidschluss und die sonst unüblichen Fingergriffe am Auge stellen so für einige Kunden eine Herausforderung dar. Kann die Contactlinse nicht auf Anhieb auf- oder abgesetzt werden, befindet sich der Kunde in einer Art „Stresssituation“ und die Handgriffe werden hektischer. Gerade dann kann es zu Beschädigungen der Contactlinse kommen, z. B. durch Fingernägel, die Kratzer auf der Contactlinse sowie auf dem Auge verursachen können. Diese „Manipulationen“ auf der Contactlinse können wiederum die Anlagerung von Mikroorganismen fördern, welche weitere Komplikationen, wie Infektionen am Auge auslösen können (vgl. Baron/Ebel 2008, S. 70).

---

<sup>15</sup> Bei einer Keratitis handelt es sich um eine Entzündung der Hornhaut.

### ***Fehlender „Eintrageplan“ und Übertragen von Contactlinsen***

Des Weiteren sollte sich der Contactlinsen-Träger langsam an das neue Seh- und Tragegefühl gewöhnen. Dazu empfiehlt sich für die ersten vier Wochen (je nach Linsentyp) ein „Eintrageplan“. Dieser wird jedoch bei der Abgabe von weichen Contactlinsen häufig vernachlässigt oder vom Träger nicht eingehalten, weil das Fremdkörpergefühl durch das flexible Material sehr gering ist und das Gefühl vermittelt wird, dass keine Eingewöhnungsphase nötig ist. Durch Nichteinhaltung der (empfohlenen) Tragezeiten oder zu schnelles Steigern kann die Hornhaut gewissermaßen überlastet werden. Die Folge sind Irritationen, wodurch der Eindruck einer Unverträglichkeit entstehen könnte.

Auch nach der Eingewöhnungsphase gibt es Zeiten für das tägliche Tragen von Contactlinsen, die aufgrund der heutigen beruflichen Anforderungen häufig überzogen werden. Das sogenannte Übertragen der Contactlinsen kann besonders bei weichen Contactlinsen zu Trockenheit der Linsen führen, wobei sich durch die Änderung des Wassergehaltes die Daten (Radien, Brechzahl) verändern und dadurch wiederum die optische Leistungsfähigkeit sowie die Verträglichkeit negativ beeinflusst werden (vgl. Baron/Ebel 2008, S. 91). Intensive Computerarbeit, herabgesetzte Lidschläge und/oder Klimaanlage fördern die Trockenheit der Augen. Konsequente Lidschlagfrequenz reicht in vielen Fällen nicht aus, weshalb dann häufig Nachbenetzungstropfen verwendet werden. Außerdem haben Wissenschaftler nachgewiesen, dass das verlängerte Tragen (über Nacht) bei weichen Linsen ein deutlich höheres Risiko für eine mikrobielle Keratitis oder ein Hornhautgeschwür bedeutet (vgl. Lauer 2008, S. 94).

Es überrascht nicht, dass ein Contactlinsen-Träger in solchen Fällen über Verträglichkeitsprobleme klagt, den Tragekomfort bemängelt, unzufrieden mit der Abbildungsqualität ist oder sogar eine verkürzte Lebensdauer der Linsen erwarten kann. Auch aus diesen Gründen ist es unbedingt notwendig, dass der Contactlinsen-Spezialist einen Neukunden in die wesentlichen Schritte der Handhabung sowie Pflege und Reinigung einweist und dieses Vorgehen bei den Nachkontrollen immer wieder hinterfragt.

### **2.3. Zukunftsaussichten für die Contactlinse**

Obwohl im ersten Tertial 2012 positive Zahlen verzeichnet wurden, bleibt abzuwarten wie sich die Zahlen in den weiteren Monaten und bis zum Ende des Jahres entwickeln. Es zeigt sich, dass in der Contactlinsenoptik einiges unternommen wird, um die Contactlinsen-Penetration zu steigern und die unerfreulichen Ergebnisse von 2011 der Vergangenheit angehören zu lassen.

Das Thema Drop-Out spielt bei der Ausbreitung bzw. Entwicklung der Contactlinse eine große Rolle. Die bisherigen Studien diesbezüglich zeigten, dass sogar Aussteiger unter gewissen Umständen bereit wären, wieder auf Contactlinsen umzusteigen (vgl. Rauscher 2010, Dobisch 2012, Nagl/Braun 2012). So können sich 58 % der Befragten einer Drop-Out-Studie vorstellen, wieder Contactlinsen zu tragen, weil sie zum Einen praktischer seien als Brillen und zum Anderen zu einem besseren Aussehen beitragen (vgl. Dobisch 2012, S. 82). Auch Rauscher wies innerhalb ihrer Studie eine Wiedereinstiegsquote von 60 % nach (2010, S. 11). Voraussetzungen für einen Wiedereinstieg seien zum Beispiel, dass die Verträglichkeit besser ist als mit den bisherigen Contactlinsen und das Aufsetzen der Contactlinsen besser funktioniere (Dobisch 2012, S. 82). Es ist anzunehmen, dass für die meisten Aussteiger ein Wiedereinstieg realistisch wäre, wenn die Ursache des Ausstiegs beseitigt werden würde.

Ein wesentlicher Schritt zur Optimierung ist, dass derzeit eine enorme Vielfalt hinsichtlich Contactlinsen-Materialien, optischen Designs und Modalitäten besteht (vgl. FOCUS 2012, S. 17). Aber auch die vorhandenen Messtechniken (z. B. Hornhaut-Topographie, Tränenfilmanalyse etc.) ermöglichen eine genauere Untersuchung und Betrachtung des vorderen Augenabschnittes, sodass sich die Auswahl einer geeigneten Contactlinse viel individueller gestalten lässt. Das Potenzial ist groß, besonders auch bei der Presbyopieversorgung. Es bleibt abzuwarten, ob sich dies auch für den Träger durch eine bessere Verträglichkeit und einen höheren Tragekomfort bemerkbar macht. Damit diese Fortschritte aber auch tatsächlich zur Anwendung kommen, muss der Kunde zunächst auf Contactlinsen aufmerksam gemacht werden. Auch jeder Brillenkunde kann durch einen Zusatzverkauf zu einem Contactlinsen-Kunden werden. Doch auch an dieser Stelle herrscht Nachholbedarf, denn innerhalb einer Studie wurde nachgewiesen, dass von 1.000 befragten

Brillenträgern beim letzten Brillenkauf nur 10 % Contactlinsen empfohlen worden sind (vgl. Dobisch 2012, S. 82).

Die aufgezeigten Gründe und Problematiken dienen als Basis für die Entwicklung von Konzepten zur Kundengewinnung und -betreuung, um eine langfristige Kundenbindung und damit Erhöhung der Contactlinsen-Penetration zu erzielen. Die Branche zeigt, dass Potenzial vorliegt: *„Generell ist zu sagen, dass sich die Kontaktlinse zu einem wichtigen und tragenden Pfeiler in einem Optikerfachgeschäft entwickeln kann“* (CIBA VISION 2009, S. 8).

### **3. Fragebogen zum Thema Handhabung und Pflege von Contactlinsen**

Die vorangegangenen Ausführungen haben gezeigt, dass die richtige Handhabung und Pflege, bzw. deren Nichteinhaltung großen Einfluss auf den Tragekomfort und die Verträglichkeit von Contactlinsen haben. Ebenfalls ist aus einigen Studien hervorgegangen, dass die Einweisung in Handhabung und Pflege erfolgte und auch positiv bewertet wurde. Dem gegenüber stehen andere Beispiele aus der Praxis, die zeigen, dass die Aufklärung oft unvollständig durchgeführt wird und besonders in der ersten Tragezeit viele Unsicherheiten bzgl. Pflege und Handling auftraten. Daher sollte in dieser Umfrage ermittelt werden, ob sich ein Trend erkennen lässt, wie die Einweisung in Pflege und Handhabung üblicherweise durchgeführt wird.

Außerdem soll ermittelt werden, wie die Contactlinsen-Träger selbst dieser Thematik gegenüberstehen. Wurde ihnen bei der Abgabe ihrer ersten Contactlinsen eine Einweisung in Handhabung und Pflege gegeben und vor allem, was wurde dabei erläutert? Gab es am Anfang Schwierigkeiten im Umgang? Wie schätzen Contactlinsen-Träger selbst die Relevanz der richtigen Handhabung und Pflege ein? Im Zuge dieser aufgeworfenen Leitfragen soll mit der Umfrage überprüft werden, ob im Bereich Handhabung und Pflege Mängel in der Vorgehensweise des Augenoptikers, Augenarztes etc. aufgedeckt werden können und diese womöglich auch Gründe für einen Drop Out darstellen können.

#### **3.1. Konstruktion des Fragebogens**

Bei der Art der Erhebungsmethode handelte es sich um eine Befragung, bei der sich die Personen mündlich, d. h. in einem persönlichen Gespräch, zum Erhebungsgegenstand äußern sollten (vgl. Grunwald/Hempelmann 2012, S. 11). Es sollten Primärdaten ermittelt werden, also neue Daten, die sich nicht aus intern vorhandenen Datenbeständen oder aus extern leicht beschaffbarem Datenmaterial ableiten lassen (vgl. Grunwald/Hempelmann 2012, S. 9 f.).

Der Fragebogen zeichnet sich durch ein standardisiertes Vorgehen aus, d. h. „*die Fragebogeninhalte [sind] fixiert und genormt, also für alle Befragungen gleich. Diese Standardisierung soll gewährleisten, dass die häufig anfallenden Einzelauskünfte unmittelbar*

*vergleichbar, damit auch wiederholbar und überprüfbar sind. Nur so lässt sich auch die Datenverarbeitung und -Auswertung rationell durchführen“ (Berekoven et al. 2006, S. 99).*

Um eine Überfrachtung, häufig durch zu lange bzw. zu viele Fragen oder Befragungen zu fremden Sachverhalten ausgelöst, zu vermeiden, beschränkt sich der Fragebogen auf neun Fragen. Dieser wurde wie folgt erarbeitet:

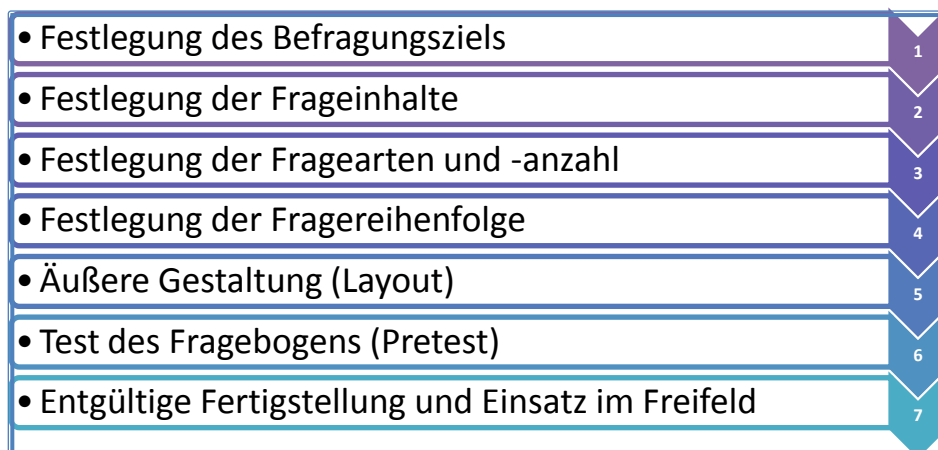


Abbildung 7: Ablaufschritte bei der Fragebogengestaltung  
(Grunwald/Hempelmann 2012, S. 62)

Der Aufbau des Fragebogens lässt sich in zwei große Gruppen unterteilen.

- Allgemeine Fragen zur ersten Contactlinsen-Anpassung (Frage 1 - 3)
- Fragen zur Einweisung in Handhabung und Pflege der Contactlinsen (Frage 5 – 9)

Das Frageformat setzt sich vor allem aus geschlossenen Fragen zusammen, um die Daten nach der Befragung vergleichbar auswerten zu können. Außerdem konnte der Fragebogen so zügig beantwortet werden, sodass der Ablauf im Contactlinsen-Institut nicht behindert wurde. Bei den geschlossenen Fragen wurden sowohl Antwortmöglichkeiten vorgegeben, als auch die sogenannte Rating Skala mit einer Beurteilung durch Schulnoten verwendet. Dabei wurde jedem Objekt ein numerisches Rating zugeordnet (vgl. Grunwald/Hempelmann 2012, S. 59). Die Auswertung des Fragebogens erfolgt mit Microsoft Excel 2007.

### **3.2. Untersuchungseinheit und Durchführung der Befragung**

#### ***Untersuchungseinheit***

Für die Datenerhebung wurden Neukunden mehrerer Contactlinsen-Institute in Deutschland<sup>16</sup> befragt, die bereits vor ihrem Besuch in dem jeweiligen Institut Contactlinsen getragen haben. Es handelt sich dabei einerseits um Kunden, die aus verschiedenen Gründen das Tragen nach dem ersten Versuch vor Monaten oder Jahren beendet haben und nun wieder beginnen wollen. Andererseits um Contactlinsen-Träger, bei denen es gar nicht erst zum Ausstieg gekommen ist. Diese haben aufgrund verschiedener Faktoren lediglich ein (anderes) Contactlinsen-Institut aufgesucht und somit einen Anpasser-Wechsel durchgeführt. Um welche Art Kunde es sich dabei handelt und was der jeweilige Ausstiegsgrund war, wurde durch den Contactlinsen-Spezialisten auf dem Fragebogen dokumentiert.

#### ***Durchführung des Befragung***

Die Art der Befragung wird in einer sogenannten „face-to-face“ Situation durchgeführt, d. h. Interviewer und Befragter sitzen sich in einem persönlichen Gespräch gegenüber. Die gegebenen Antworten werden vom Versuchsleiter (Contactlinsen-Spezialisten) auf dem Fragebogen festgehalten, auch als „paper and pencil“ bezeichnet (vgl. Berekoven et al. 2006, S. 104). Die Befragung wird bei dem jeweiligen Kunden einmalig durchgeführt, daher wird von einer Ad-hoc-Befragung gesprochen. Diese findet jeweils vor der halbstündigen Einweisung in die Handhabung und Pflege statt, um den Kunden in seinem Antwortverhalten nicht zu beeinflussen.

### **3.3. Hypothesen**

*„Eine Hypothese ist eine aus einer Theorie, aus Plausibilitätsüberlegungen oder aus Erfahrungen abgeleitete empirisch überprüfbare Behauptung“* (Grunwald/Hempelmann 2012, S. 29). Aufgrund der bisherigen Ausführungen und den Erfahrungen in der Praxis wurden folgende Hypothesen formuliert:

---

<sup>16</sup> Zu den teilnehmenden Contactlinsen-Instituten gehörten Müller Welt in Stuttgart, Avermann in Dortmund und Valtinat & Brach in Lübeck.



### ***Hypothese 1***

Der Großteil der Befragten hat bereits weiche Contactlinsen getragen.

### ***Hypothese 2***

Die ersten Contactlinsen wurden entweder beim Augenoptiker oder beim Augenarzt erworben.

### ***Hypothese 3***

Die Mehrheit der befragten Personen ist mit der Leistung der bisherigen Contactlinsen-Anpassung, aufgrund verschiedener Faktoren, unzufrieden und bewertet diese daher entsprechend negativ.

### ***Hypothese 4***

Nicht jeder der Befragten hat eine Einweisung in die Pflege und Handhabung erhalten.

### ***Hypothese 5***

Den Contactlinsen-Trägern wurde häufig eine unvollständige Einweisung gegeben, d. h. manuelle Reinigung, Behälterhygiene o. ä. werden oft vernachlässigt.

### ***Hypothese 6***

Der Großteil der Befragten hat zu Beginn keine Handhabungsbroschüre oder einen „Eintrageplan“ erhalten.

### ***Hypothese 7***

Viele der Contactlinsen-Träger werden zu Beginn des Tragens Schwierigkeiten mit dem Handling gehabt haben und sich daraufhin z. B. bei Freunden oder Bekannten, im Internet o. ä. informiert haben.

### ***Hypothese 8***

Die Befragten bewerten Handhabung und Pflege für den Tragekomfort und die Lebensdauer der Contactlinsen als wichtig bis sehr wichtig.

## **3.4. Darstellung der Ergebnisse und Überprüfung der Hypothesen**

Insgesamt haben 28 Contactlinsen-Träger an der Befragung teilgenommen. Davon hatten 43 % einen Anpasser-Wechsel durchgeführt, d. h. bei ihnen ist es nicht zu einem Drop-Out

gekommen, sie haben lediglich einen anderen Contactlinsen-Spezialisten aufgesucht. Bei 36 % der Befragten liegt hierzu keine Information vor, während es bei 21 % der Kunden aus folgenden Gründen zu einem Drop-Out gekommen ist:

Contactlinsen-Typ	Drop-Out-Ursache	Anpassung durch
Weiche CL	Entzündungen	Augenarzt
Weiche CL	Sauerstoffmangel ⇒ trockene Augen	Augenoptiker
Weiche CL	Fehlversuch bei Keratokonius <sup>17</sup>	Augenoptiker
Weiche CL	Handhabung und Pflege	Augenoptiker
Formstabile CL	Rote Augen	Augenoptiker

Abbildung 8: Drop-Out-Ursachen

Auch an dieser Stelle bestätigt sich, dass Handhabung und Pflege durchaus ein Schwerpunkt bei den Ursachen für Drop-Outs darstellt.

Wie in Hypothese 1 angenommen, hat der Großteil (61 %) der Kunden weiche Contactlinsen getragen, während bisher 39 % der Befragten formstabile Contactlinsen nutzten.

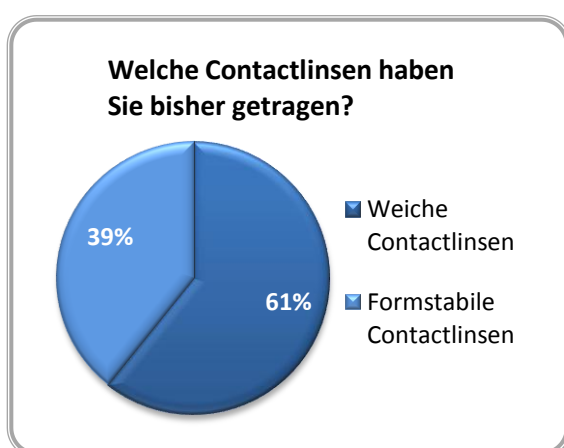


Abbildung 9: Anteil weicher/formstabiler Contactlinsen

<sup>17</sup> „Unter Keratokonus versteht man eine nicht entzündliche, fortschreitende (progrediente) Erkrankung der Hornhaut. Im Verlauf der Erkrankung kommt es zu einer partiellen Vorwölbung der Hornhaut, meist im zentralen oder caudalen Bereich“ (Müller-Treiber 2009, S. 517).

Ein Großteil der Kunden (16 Teilnehmer) hat ihre ersten Contactlinsen bei einem Augenoptiker erworben. Zehn Teilnehmer haben diese hingegen bei einem Augenarzt gekauft und zwei weitere in einem Contactlinsen-Institut. Somit bestätigt sich auch Hypothese 2, denn die Mehrheit hat die ersten Contactlinsen bei einem Augenoptiker oder Augenarzt erworben. Dabei ist zu berücksichtigen, dass es sich bei Kunden eines Contactlinsen-Institutes häufig um „Spezialfälle“ handelt, wie z. B. Keratokonus etc. Daher ist der Anteil derer, die ihre Linsen bei einem Augenarzt erworben haben, womöglich höher als in anderen Statistiken.

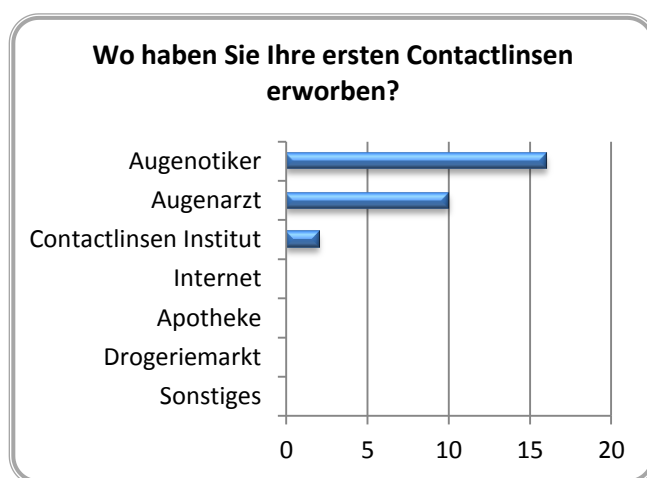


Abbildung 10: Erwerb der ersten Contactlinsen

Bei den Befragten handelte sich um Kunden, die bereits zuvor bei einem anderen Contactlinsen-Anbieter eine Anpassung erhalten haben. Da sie nun aber als Neukunden in einem Contactlinsen-Institut empfangen wurden, ist anzunehmen, dass sie mit der Leistung der vorherigen Anpassung eher unzufrieden waren und sie daher dementsprechend bewerten. Wie die folgende Abbildung veranschaulicht, lässt sich Hypothese 3 nicht bestätigen, da über zwei Drittel der Befragten (60,8 %) die Leistung der Anpassung mit gut bis sehr gut bewerten. Allerdings bewertet ein Drittel (39,2 %) der Umfrage-Teilnehmer die Leistung hinsichtlich der Contactlinsen-Anpassung mit befriedigend bis ungenügend.

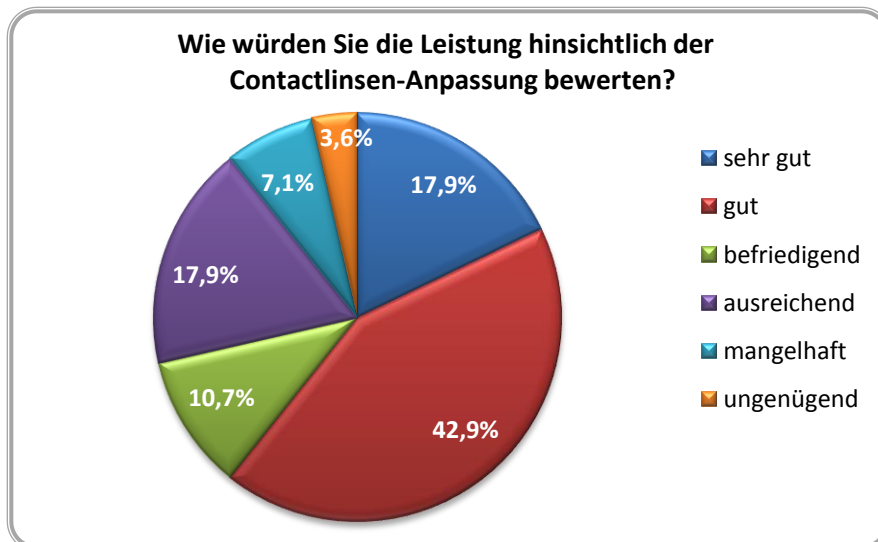


Abbildung 11: Bewertung der Contactlinsen-Anpassung

„Nicht jeder der Befragten hat eine Einweisung in die Pflege und Handhabung erhalten“, so lautet Hypothese 4. Diese Aussage bestätigt sich, denn es haben zwar 89 % der Kunden eine Einweisung in die Handhabung und Pflege der Contactlinsen erhalten, dennoch wurde dies bei 11 % der Befragten ausgelassen, wie folgende Abbildung zeigt:

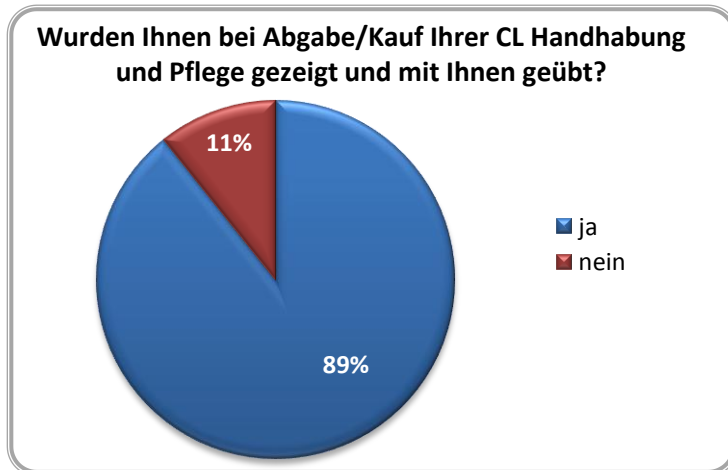


Abbildung 12: Einweisung in Handhabung und Pflege

Der Großteil der Kunden hat also eine Einweisung erhalten. Bei der genaueren Betrachtung zeigt die Beantwortung der nächsten Frage, dass diese nicht zwangsläufig vollständig durchgeführt wurde. Während das Auf- und Absetzen dem Großteil der Weichlinsen-Träger noch erklärt wurde, zeigen sich bei weiteren Schritten Defizite. Ein Weichlinsen-Träger gibt sogar an, nur die Handhabung erklärt bekommen zu haben, aber keine Durchführung der Reinigung und Pflege. Ein Weiterer beschreibt gar nichts erklärt oder gezeigt bekommen zu

haben. Außerdem wurden nur acht von 17 Personen in die manuelle Reinigung und nur sechs von 17 Personen in die Behälterhygiene eingewiesen.

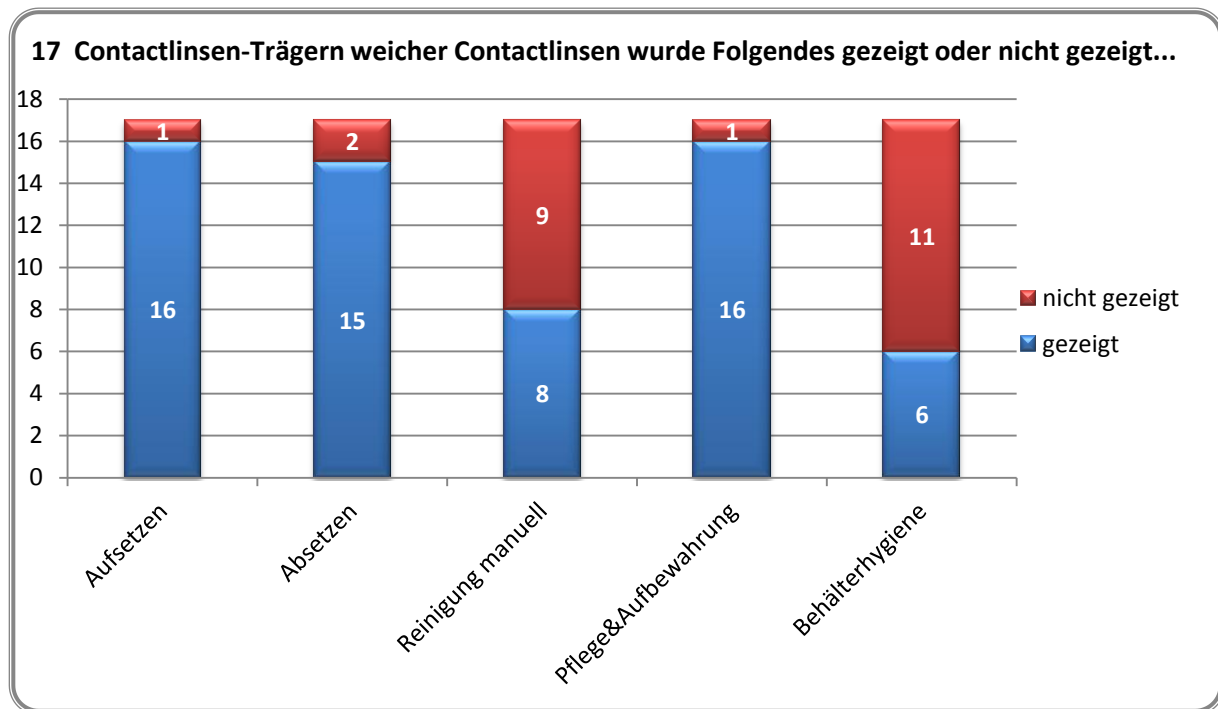


Abbildung 13: Einweisung weicher Contactlinsen

Bei formstabilen Contactlinsen zeigen sich bei allen Befragten weniger Defizite bei der Einweisung. Jedem Kunden wurde das Auf- und Absetzen demonstriert. Ebenso wurde der Mehrheit der Befragten die manuelle Reinigung sowie die Pflege und Aufbewahrung erklärt. Wie auch bei den weichen Contactlinsen sind größere Defizite bei der Behälterhygiene festzustellen. Lediglich sechs von elf Befragten wurde dies demonstriert.

Die Hypothese 5 „Den Contactlinsen-Trägern wurde häufig eine unvollständige Einweisung gegeben, d. h. manuelle Reinigung, Behälterhygiene o. ä. werden oft vernachlässigt“ lässt sich somit für beide Contactlinsen-Typen bestätigen.

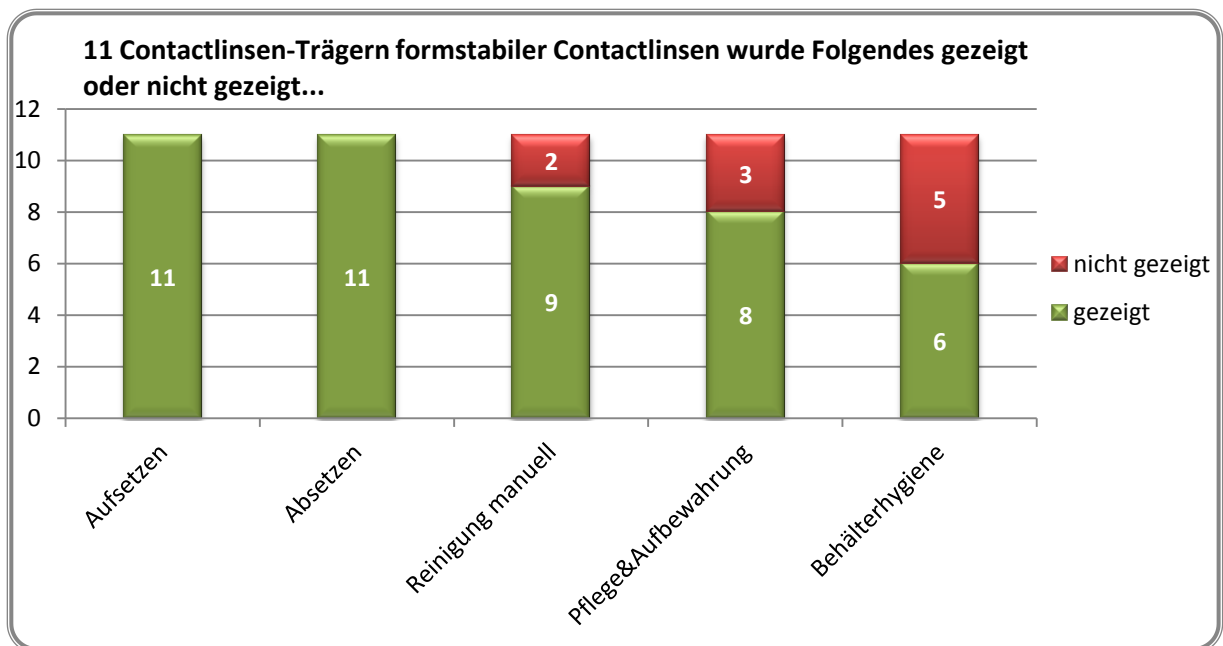


Abbildung 14: Einweisung formstabiler Contactlinsen

Beim Absetzen von formstabilen Contactlinsen wurde häufig nur eine der beiden möglichen Methoden demonstriert. Lediglich drei von elf Befragten wurden in beide Methoden, Lidzug- und Sauger-Methode, eingewiesen.

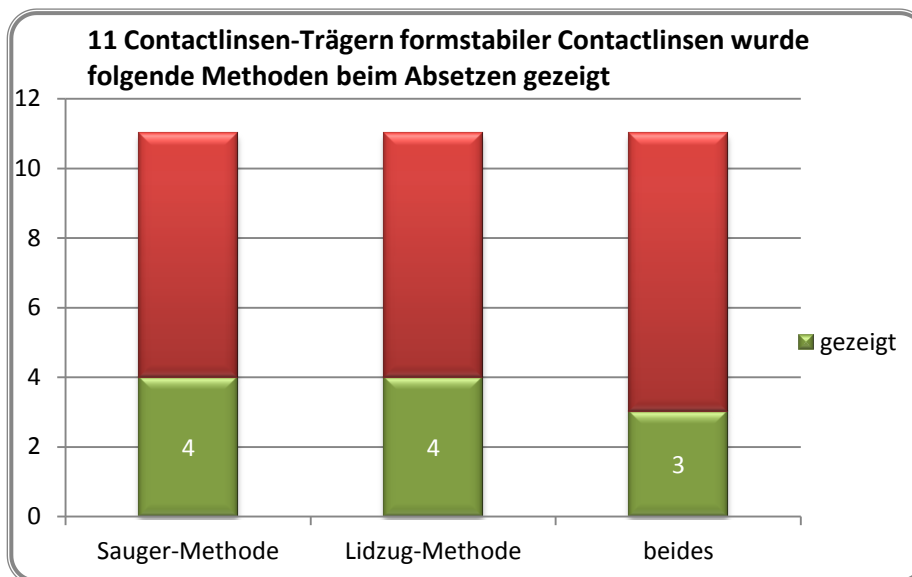


Abbildung 15: Einweisung beim Absetzen formstabiler Contactlinsen

Wie erwartet, wurden den Contactlinsen-Trägern nur in den seltensten Fällen ein „Eintrageplan“ (4 %) oder eine Handhabungsbroschüre (25 %) mitgegeben. 71 % der Kunden haben weder das Eine noch das Andere von ihrem Contactlinsen-Spezialisten erhalten. Die

Hypothese 6 „Der Großteil der Befragten hat zu Beginn keine Handhabungsbroschüre oder einen „Eintrageplan“ mitbekommen“ bewahrheitet sich.

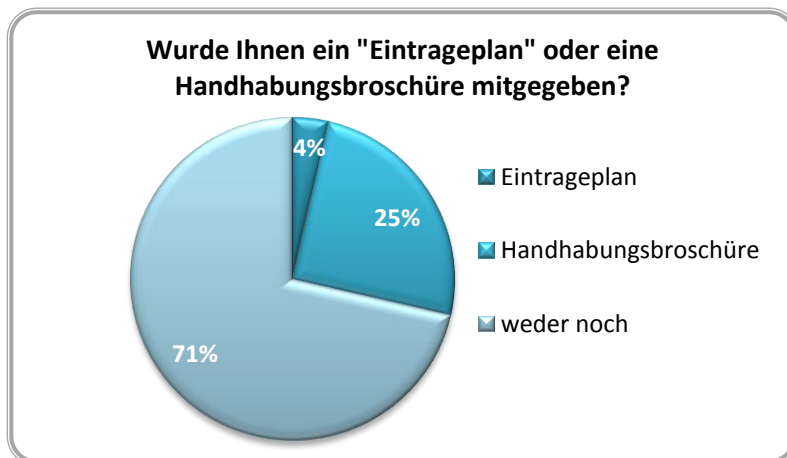


Abbildung 16: Aushändigung eines „Eintrageplans“ oder einer Handhabungsbroschüre

Da angenommen wurde, dass sich Defizite bei der Einweisung in Handhabung und Pflege nachweisen lassen, wurde ebenfalls vermutet, dass viele Personen Schwierigkeiten beim Handling angeben. Dies kam bei der Umfrage nicht heraus, da 75 % keine Schwierigkeiten angegeben hatten. Die Hypothese 7 lässt sich somit nicht nachweisen. Trotzdem traten anfangs in einigen Fällen (25 %) Schwierigkeiten beim Handling auf. Diese Befragten haben sich entweder selbst geholfen (10,7 %) oder Freunde und Bekannte gefragt (7,1 %). Jeweils 3,6 % haben ihren Contactlinsen-Spezialisten aufgesucht oder im Internet nach Informationen recherchiert. Zu den anfänglichen Schwierigkeiten gehörten Probleme beim Absetzen und Unklarheiten zur Pflege weicher Contactlinsen. Dies war genau bei den Personen der Fall, bei denen große Mängel bei der Einweisung nachgewiesen wurden oder bei denen diese gar nicht stattfand. Die Person, die gar keine Einweisung für weiche Contactlinsen erhalten hat, konnte die Contactlinsen am Abend nicht absetzen und musste am nächsten Tag den Contactlinsen-Spezialisten aufsuchen.

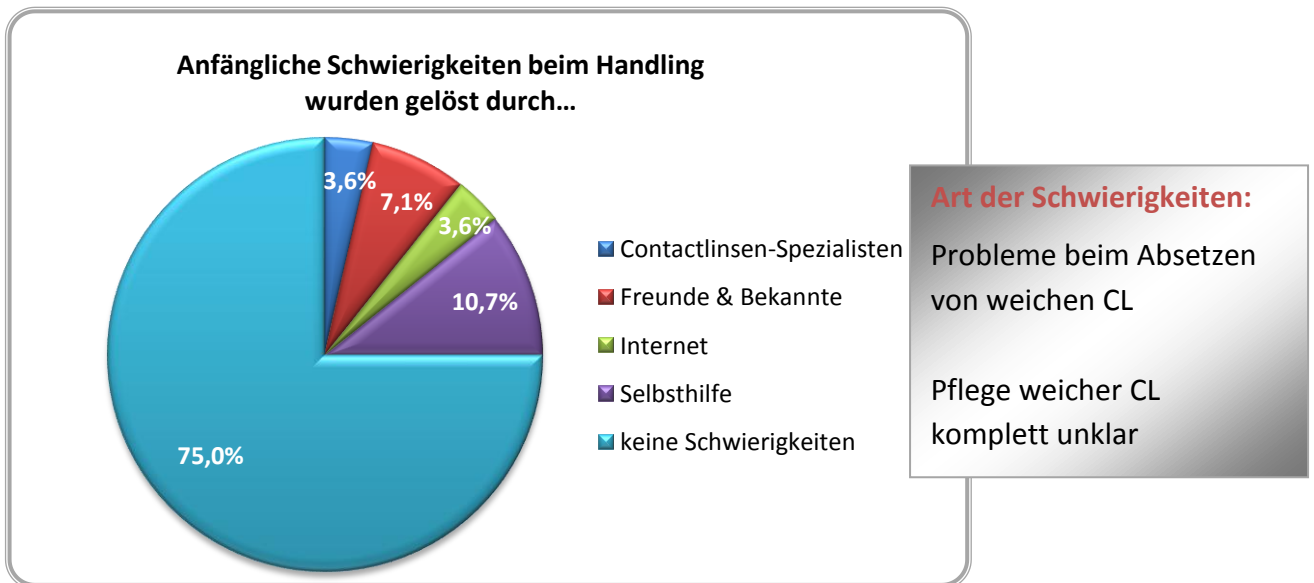


Abbildung 17: Maßnahmen bei anfänglichen Schwierigkeiten beim Handling

Bei der letzten Frage bestätigt sich Hypothese 8, denn 75 % schätzen das Thema Handhabung und Pflege als sehr wichtig ein, weitere 21 % als wichtig und nur 4 % als weniger wichtig. Somit ist sich die Mehrheit der Relevanz dieser Thematik bewusst.

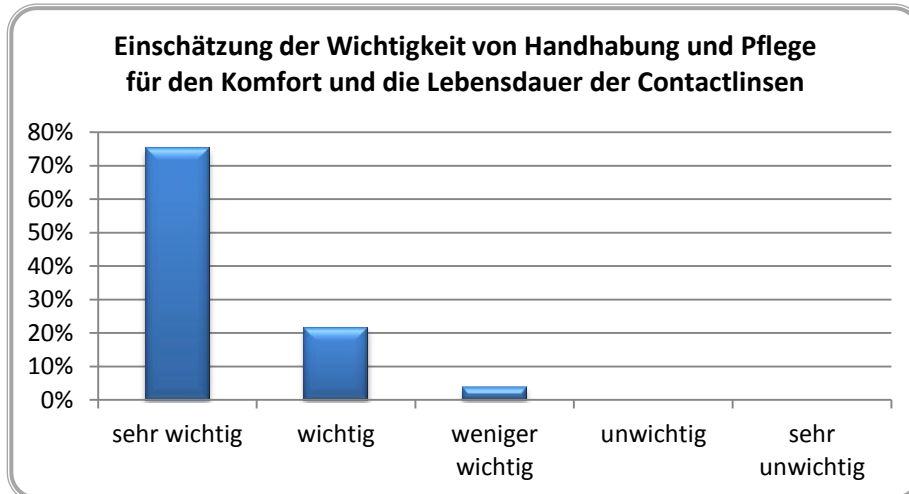


Abbildung 18: Einschätzung der Wichtigkeit von Handhabung und Pflege

### 3.5. Diskussion

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Großteil der befragten Contactlinsen-Träger eine Einweisung in die Handhabung und Pflege der Contactlinsen erhalten hat; sowohl vom Augenoptiker als auch vom Augenarzt. Die Einweisungen sind jedoch häufig unvollständig. Vor allem werden die manuelle Reinigung und Behälterhygiene vernachlässigt, insbesondere bei weichen Contactlinsen und dies überwiegend bei Augenoptikern. Dies deutet daraufhin,



dass die Contactlinsen-Spezialisten bei der Anpassung formstabiler Contactlinsen „verantwortungsbewusster“ umgehen, vermutlich auch weil sie anpassungsintensiver sind und der Kunde diese gerade am Anfang mehr spürt im Vergleich zu weichen Contactlinsen. Vermutlich ist der Aufklärungsbedarf bei formstabilen Contactlinsen aus Sicht vieler Anpasser höher als bei weichen Linsen. Dies sollte sich jedoch für beide Contactlinsen-Typen ähnlich darstellen. Schließlich ist die Anfälligkeit gerade für Ablagerungen bei weichen Contactlinsen höher als bei formstabilen Linsen. Daher sind manuelle Reinigung sowie Behälterhygiene auch dort zwingend erforderlich, um einen angenehmen Tragekomfort und eine andauernde Verträglichkeit zu gewährleisten, um so einen vorzeitigen Drop-Out zu vermeiden.

Auch bei der Aushändigung eines „Eintrageplans“ oder einer Handhabungsbroschüre zeigen sich Defizite, da diese nur sehr selten ausgehändigt werden. Dabei ist ein Eintrageplan gerade zu Beginn des Tragens von formstabilen Contactlinsen sehr wichtig, damit der Contactlinsen-Neuling die Tragezeit nicht zu schnell steigert und so womöglich Unverträglichkeiten, aufgrund einer zu großen Belastung der Hornhaut hervorruft. Ebenso relevant ist eine Handhabungsbroschüre, damit sich ein Kunde bei anfänglichen Unklarheiten zunächst selbst helfen kann.

Auch beim Absetzen formstabiler Contactlinsen herrscht Optimierungsbedarf, denn ein Kunde sollte beide Methoden (Sauger- und Lidzug-Methode) beherrschen, da es im Falle eines Verlustes des Saugers schwierig wird, die Contactlinse abzusetzen, wenn nur diese Methode beherrscht wird. Beide Methoden durchführen zu können, lässt den Kunden flexibler handeln und es vermeidet Komplikationen beim Absetzen.

Das Thema Handhabung und Pflege der Contactlinsen halten 96 % der Befragten für wichtig bis sehr wichtig. Das zeigt wiederum, dass Kunden sehr empfänglich für Informationen sind und diese auch benötigen, um die Contactlinsen entsprechend handzuhaben, zu reinigen und zu pflegen.

Auch wenn sich aus dieser Umfrage ergibt, dass ein Großteil der Befragten eine Einweisung bei der Abgabe ihrer ersten Contactlinsen erhalten hat, musste dabei leider eine große

Unvollständigkeit festgestellt werden. Bedenklich ist, dass eine Person angegeben hat, keine Einweisung erhalten zu haben. Daher lässt sich sagen, dass das Vorgehen bei der Einweisung in Handhabung und Pflege von Contactlinsen-Spezialisten kritisch hinterfragt und optimiert werden sollte. Schließlich zeigte sich der Zusammenhang zwischen einer unvollständigen Einweisung in den Umgang und den daraus resultierenden anfänglichen Komplikationen beim Handling bei einigen Personen. Bei einem Befragten ist es dadurch sogar zum Drop-Out gekommen. Eine ausführliche und vollständige Einweisung in den Umgang schützt also vor anfänglichen Schwierigkeiten im Umgang mit Contactlinsen und beugt gleichzeitig einer Ausstiegssituation vor.

## 4. Vermeidung von Drop-Outs

In den vergangenen Jahren wurde das Thema Drop-Out häufig diskutiert und daher einige Maßnahmen entwickelt, die den „schleichenden“ und frühzeitigen Ausstieg aus der Contactlinsenoptik verhindern sollen. Diese werden im Folgenden näher beleuchtet sowie das Konzept zu besserer Kundenbetreuung bei der Handhabung und Pflege von Contactlinsen vorgestellt.

### 4.1. Ansatzpunkte

Wie bereits erwähnt schreitet die Entwicklung neuer Contactlinsen-Materialien und -Geometrien sowie Messtechniken immer weiter voran und so ist zu erwarten, dass sich mit diesem Fortschritt eine bessere Verträglichkeit und ein höherer Tragekomfort erreichen lassen. Dies setzt jedoch voraus, dass eine optimale Qualität bei der Beratung, Anpassung und Nachbetreuung gegeben ist, um den Kunden nicht nur in den ersten Wochen zu begeistern, sondern dauerhaft.

Dass hier Handlungsbedarf besteht, wird bei der Betrachtung der Drop-Out-Ursachen deutlich. Besonders auffällig ist, dass im ersten Jahr der Nutzung nur gut die Hälfte der Träger mit den Contactlinsen zufrieden war; jede(r) fünfte war schon zu Beginn der Tragezeit unzufrieden (vgl. Dobisch 2012, S. 80). Dies belegt, wie wichtig eine gute Beratung und Betreuung während der Eingewöhnungsphase für die langfristige Kundenzufriedenheit ist. Ansatzpunkte, die Abbruchquote von 38 % im ersten Jahr zu reduzieren, sind demnach eine gute Beratung bei der Wahl der ersten Contactlinse und die intensive Nachbetreuung in der (ersten) Tragephase (vgl. Dobisch 2012, S. 80). Eine gute Beratung setzt wiederum eine entsprechende Ausbildung und Qualifikation des Contactlinsen-Anpassers voraus. Schulowski unterstreicht, dass *„eine Optimierung der Mitarbeiterweiterbildung und der Beratungskompetenz des Augenoptikers ein wichtiger Schlüssel zur Erfüllung der Kundenerwartung ist, der langfristige Kundenbindung bewirkt und Drop-Out verhindern hilft“* (2010, S. 72).

Zu einer umfangreichen Beratung und Betreuung des Kunden gehören sowohl die objektive Betrachtung des Auges und des Contactlinsensitzes, als auch das subjektive Empfinden des

Trägers zu hinterfragen: wie bewertet diese(r) das Tragegefühl, wie funktionieren die Handhabung und Pflege, welche offenen Fragen bestehen womöglich noch? All diese Punkte gilt es innerhalb der Nachkontrollen zu analysieren. Werden diese, wie bei 30 % der Betroffenen, vernachlässigt, verpasst der Augenoptiker die Möglichkeit den Kunden zufrieden zu stellen und begünstigt hingegen einen potenziellen Ausstieg, weil mögliche Schwierigkeiten nicht angesprochen werden (vgl. Dobisch 2012, S. 80). Ein kompetentes Fachwissen und eine eindeutige Kommunikation zwischen Contactlinsen-Spezialist und Kunde sind an dieser Stelle die beste und einfachste Vorbeugung von Drop-Outs.

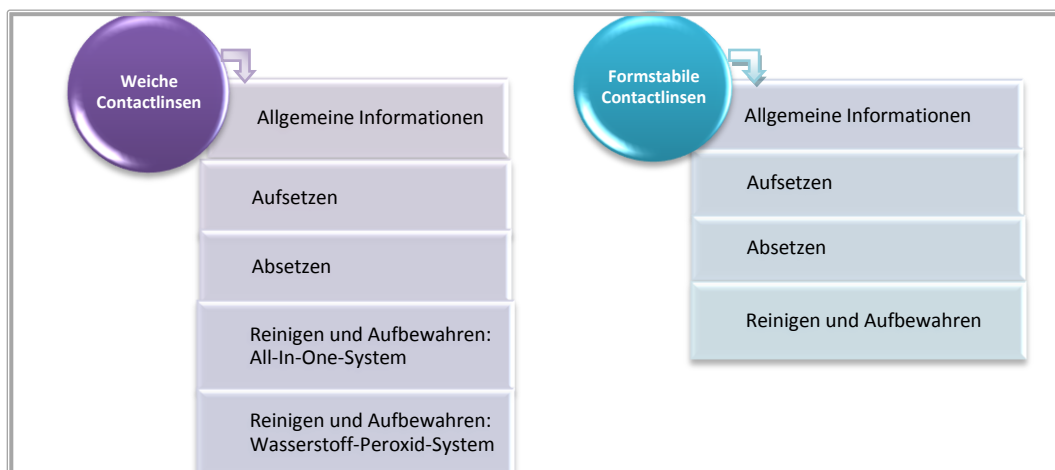
Des Weiteren sind die sogenannten Contactlinsen-Abosysteme ein viel genutztes Kundenbindungsinstrument (vgl. Seinsche 2012, S. 82). Der Kunde erfährt so für einen monatlichen Betrag eine Rundumbetreuung, indem er regelmäßig mit Pflegemitteln versorgt, an Kontrolltermine erinnert wird und auf diesem Weg auch nach einer gewissen Tragezeit, je nach Linsentyp und Zustand der Linsen, neue Contactlinsen erhält. Der Aspekt „Bequemlichkeit“, welcher einige Aussteiger vom Contactlinsen-Tragen abgehalten hat, wird dadurch ganzheitlich umgangen. Außerdem können mögliche Unzufriedenheiten bei regelmäßigen Nachkontrollen angesprochen und behoben werden, bevor sich der Kunde in Eigeninitiative von seinen Contactlinsen verabschiedet. „Schleichende“ Drop-Outs werden auf diese Weise reduziert, da der Contactlinsen-Spezialist im Falle einer Kündigung diese bemerkt und so die Möglichkeit hat, sich mit dem Kunden in Verbindung zu setzen, um mögliche Schwierigkeiten zu erkennen und zu beseitigen.

Die Faktoren fachgerechte Anpassung, Beratung und Betreuung spielen also eine sehr wichtige Rolle im Kundenumgang. Eine gute Kundenbetreuung wird aber nicht nur vor Ort im Contactlinsen-Institut erwartet, sondern auch durch die Erreichbarkeit über andere Medien, wie z. B. das Internet. Dies unterstreichen auch Krämer/Schneider: *„Der Weg weg von der bisher konstanten Drop-Out-Quote liege in einer direkten Ansprache, kompetenten und umfassenden Beratung und hohem Tragekomfort. Kundenbindungssysteme oder auch Internetpräsenz sind dabei ebenso zu beachten“* (2012, S. 91). Die Internetpräsenz zeichnet sich sowohl durch eine gepflegte Homepage aus als auch durch Innovation. Mit diesem Wissen und der Erkenntnis, dass ein Schwerpunkt der Ursachen für Drop-Outs bei problematischer Handhabung und Pflege liegt, wurde im Rahmen der vorliegenden Bachelor

Thesis ein Konzept zu besserer Kundenbetreuung entwickelt, welches diese Schwierigkeiten aufgreift und über das Internet bequem für jeden Contactlinsen-Träger zugänglich ist.

#### **4.2. Konzept zur besseren Kundenbetreuung bei der Handhabung und Pflege von weichen und formstabilen Contactlinsen**

Zur besseren Kundenbetreuung wurden innerhalb dieses Konzeptes mehrere Informationsvideos erstellt, die die Handhabung und Pflege jeweils von weichen und formstabilen Contactlinsen veranschaulichen. Diese beinhalten die wichtigsten Informationen zum Contactlinsen-Tragen sowie die wesentlichen Schritte bei der Handhabung, Reinigung sowie Pflege der Linsen. Folgende Abbildung verdeutlicht, welche Videos im Einzelnen dabei entstanden:



**Abbildung 19: Darstellung der verschiedenen Informationsvideos (Eigendarstellung)**

Zielgruppe dieser Informationsvideos sind in erster Linie die Neueinsteiger unter den Contactlinsen-Trägern. Ihnen soll durch die Präsentation der Videos auf der Homepage von Müller Welt der Einstieg erleichtert werden, indem die wichtigsten Informationen bildlich dargestellt werden und das Vorgehen so bequem von Zuhause nachgemacht werden kann. Ebenso können langjährige Contactlinsen-Träger ihr eigenes Vorgehen überprüfen und ggf. anpassen, falls bereits einige Aspekte in Vergessenheit geraten sind. Ziel ist es, die Kundenbetreuung nicht nur vor Ort im Contactlinsen Institut optimal zu gestalten, sondern auch darüber hinaus Hilfestellungen zu bieten.

#### 4.2.1. Vorbereitungen

Zunächst wurde die Vorlesung „Videotechnik“ des Studiengangs Technik Kommunikation an der Hochschule Aalen besucht, um die theoretischen Grundlagen der Kameraführung und der Schnitttechnik zu erlernen. Parallel wurden Drehbücher für die verschiedenen Kapitel geschrieben, um sich einen Überblick zu verschaffen, welche Aspekte die Videos jeweils aufgreifen und veranschaulichen sollen.



Abbildung 20: Drehbücher

Die Basis dafür lieferten zahlreiche, eigenständig durchgeführte Einweisungen der Kunden im Contactlinsen-Institut Müller Welt sowie die Erfahrungen der Contactlinsen-Spezialisten vor Ort. Beachtet wurden dabei Fragen, die sich „Contactlinsen-Neulinge“ zu Beginn des Tragens häufig stellen und Handlungsabfolgen oder Handgriffe, die am Anfang die meisten Schwierigkeiten aufweisen. Diese Informationen wurden für die Erstellung der Drehbücher berücksichtigt, um die Zielgruppe optimal zu erreichen.

Für die Videos wurde eine Darstellerin ausgewählt, die den Umgang mit beiden Contactlinsen Typen beherrscht und die nötige Ausstrahlung hatte. Diese erhielt eine ausführliche Aufklärung und Einweisung in die Drehbücher und wurde so für den Dreh optimal vorbereitet.

Des Weiteren erfolgte die Auswahl und Gestaltung des Drehortes. Da Contactlinsen-Träger ihre Contactlinsen Zuhause überwiegend im Badezimmer handhaben und pflegen, wurde ein Raum mit einem Waschbecken benötigt, welcher entsprechend den Erfordernissen eingerichtet wurde. Dabei wurde ebenfalls bedacht, dass sowohl die beteiligten Personen als auch die Technik genügend Platz für den Videodreh zur Verfügung hatten.



Abbildung 21: Drehort

#### 4.2.2. Durchführung

Die Umsetzung der Drehbücher erfolgte an drei Drehtagen. Aufgrund vieler Nahaufnahmen erfolgten die Aufnahmen mit einer Spiegelreflexkamera („Canon ES 70“) und einem Stativ, um die Schärfe der Videos und ein ruhiges Bild zu erhalten. Folgende Abbildungen zeigen verschiedene Szenen in unterschiedlichen Einstellungen.



Abbildung 22: Aufsetzen weicher CL



Abbildung 23: Simulation eines Kundengesprächs



Abbildung 24: Nahaufnahme CL-Behälter



Abbildung 25: Aufsetzen formstabiler CL

#### 4.2.3. Bearbeitung und Fertigstellung

Nach jedem Drehtag wurden die Aufnahmen gesichtet und überprüft, ob Szenen möglicherweise wiederholt werden mussten. War dies nicht der Fall, so konnten die Videos in dem Video-Schnitt-Programm „Adobe Premiere CS 5“ bearbeitet werden, d. h. die Szenen wurden entsprechend des Drehbuchs geschnitten und so zu einem zusammenhängenden Film verarbeitet. Dabei wurde vor allem auf die Szenenlänge und Art der Übergänge („weiche Blende“, „additive Blende“ etc.) geachtet, um die Verständlichkeit der Bildfolge zu unterstützen.

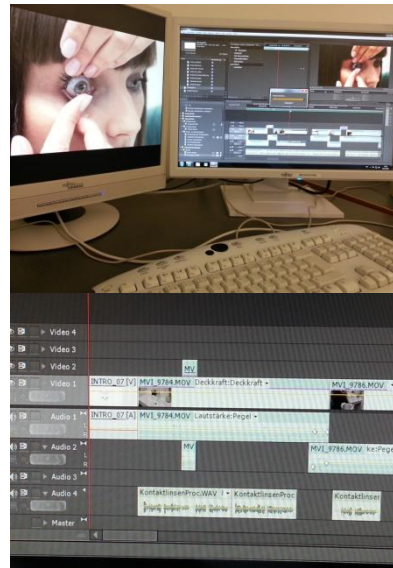


Abbildung 26: Videobearbeitung in "Adobe Premiere CS 5"

Weiterhin wurden Titel- und Kapitelfolien erstellt, die durch musikalische Unterstützung hervorgehoben wurden. Für ein natürliches und ansprechendes Bild wurden die einzelnen Szenen jeweils mit der Farb- und Tonwertkorrektur bearbeitet.

Die Drehbücher bzw. die dargestellten Szenen dienen im Anschluss als Grundlage für die Erstellung des Sprechertextes. Begleitend zu den Filmen wurde dieser Text von einem professionellen Sprecher aufgenommen und daraufhin im Schnittprogramm eingefügt und angepasst. Bei dem Sprechertext wurde vor allem auf positive Formulierungen und Verständlichkeit der Beschreibungen geachtet.

Die vorläufige Bearbeitung der einzelnen Informationsvideos wurde jeweils mit den Vorstellungen der Contactlinsen-Spezialisten bei Müller Welt abgeglichen und daraufhin angepasst und fertiggestellt. Nach der Fertigstellung der vorliegenden Bachelor Thesis werden die Informationsfilme von der Marketingagentur des Contactlinsen Institutes auf der Unternehmens-Homepage integriert.



## **5. Schlussteil**

Wie sich in den bisherigen Ausführungen herausstellte, wird die Einweisung in die Handhabung und Pflege der Contactlinsen zwar überwiegend durchgeführt, aber an einigen Stellen zeigte sich Optimierungsbedarf. Daher werden im Folgenden einige Handlungsempfehlungen für Contactlinsen-Anpasser aufgeführt. Im Résumé werden dann die Erkenntnisse, die im Zuge dieser Bachelor Thesis gewonnen wurden, zusammengefasst.

### **5.1. Handlungsempfehlungen und Rückschlüsse für die Praxis**

Voraussetzung für eine erfolgreiche Einweisung in die Handhabung und Pflege der Contactlinsen ist zunächst die kompetente Ausbildung aller an der Contactlinsen-Anpassung beteiligten Mitarbeiter. Ein Kunde fühlt sich erst dann gut aufgehoben, wenn sein Gegenüber Sicherheit und Kompetenz ausstrahlt. Wird bedacht, dass einige Augenoptiker keine Mitarbeiterschulungen im Bereich Contactlinse durchführen, sollte dies der erste Schritt zur Optimierung sein (vgl. 2.2.1.).

Zu den weiteren grundlegenden Faktoren gehören, ausreichend Zeit einzuplanen und eine angemessene Kommunikation mit dem Kunden. Um ersteres zu erfüllen, sollte der Kunde einen Termin für die Einweisung in die Handhabung und Pflege der Linsen erhalten (bspw. eine halbe Stunde). Einerseits sollte dieser nicht zu kurz gewählt werden, um Hektik von vornherein zu vermeiden und keinen (Zeit-)Druck aufzubauen. Jeder Kunde ist individuell und hat andere Vorstellungen von dem Umgang mit den Linsen und evtl. sogar Ängste. Zeitdruck des Contactlinsen-Spezialisten verstärken diese Emotionen, sodass sich dadurch bspw. das Auf- oder Absetzen komplizierter gestalten könnte. Andererseits sollte der Termin nicht zu lang sein. Benötigt ein Neukunde mehr Übungszeit oder kann der Contactlinsen-Spezialist nach dem ersten Termin zur Einweisung keinen sicheren Umgang mit den Contactlinsen Zuhause erwarten, empfiehlt sich ein zweiter Termin. Außerdem sind weitere Kunden zu versorgen und die Terminvergabe und -einhaltung im Geschäft oder Institut sollte sich reibungslos gestalten.

Im Prinzip sollte der Contactlinsen-Spezialist bei der Einweisung in die Handhabung und Pflege der Contactlinsen eine Art Trainings- oder Übungssituation herstellen. Der

Contactlinsen-Spezialist demonstriert die wichtigsten Schritte und der Kunde wiederholt diese im Anschluss. Dabei ist ein weiterer Erfolgsfaktor die Art der Kommunikation, non-verbal sowie verbal. Lauer betont an dieser Stelle: „Der „aufgeklärte Patient“ möchte gerne informiert, nicht „belehrt“ werden“ (2008, S. 92). Neben einer freundlichen und verständlichen Wortwahl gehört auch dazu, dass der Contactlinsen-Spezialist mit bestem Beispiel voran geht und genau die Hygienemaßnahmen einhält, die später der Kunde berücksichtigen soll. Ebenso sollte der Contactlinsen-Anpasser seinen Kunden in der Übungssituation beobachten und ihm zuhören, um individuell auf mögliche Schwierigkeiten einzugehen, Hilfestellung zu geben und mögliche Unklarheiten sofort zu beseitigen. Wie in Kapitel 2.1. dargestellt, ist die Herstellung einer guten Compliance sehr wichtig. Weitere unterstützende Maßnahmen können sein:

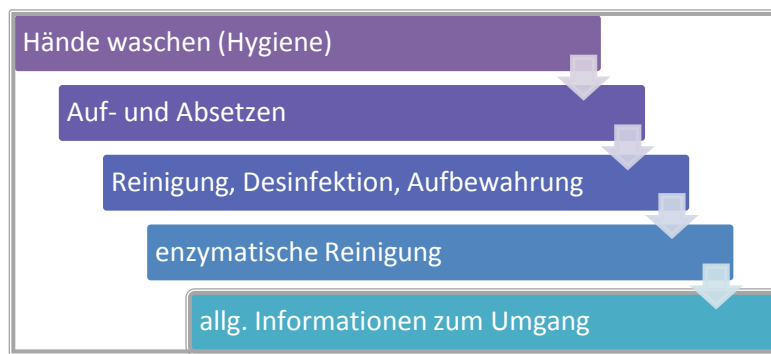
- ✓ *„schriftliche Informationshilfen*
- ✓ *Selbstkontrolle fördern*
- ✓ *Bezugspersonen einschalten*
- ✓ *Selbstständigkeit und Eigenverantwortung anregen*
- ✓ *Kompromissfähigkeit zeigen“*

(Lauer 2008, S. 93)

Neben den äußeren Faktoren ist der Inhalt des Gesprächs von großer Bedeutung. Der Contactlinsen-Spezialist sollte alle Details bei der Handhabung und Pflege erklären und veranschaulichen. Dies sollte mit den Angaben bspw. einer Handhabungsbroschüre oder des Pflegemittels übereinstimmen. Diese Einheitlichkeit sollte sich auch unter allen Mitarbeitern wiederfinden lassen, da so abweichende oder widersprüchliche Angaben vermieden werden und der Kunde von allen Mitarbeitern die gleiche, sichere Aussage erhält.

Die folgende Abbildung verdeutlicht, welche wesentlichen Schritte bei der Einweisung in die Handhabung und Pflege der Contactlinsen aufgegriffen werden sollten, wodurch typische Fehler im Umgang mit den Contactlinsen vermieden werden sollen (vgl. 2.2.2.).

### ***Wesentliche Schritte bei der Einweisung in die Handhabung und Pflege***



**Abbildung 27: Wesentliche Schritte bei der Einweisung in die Handhabung und Pflege (Eigendarstellung)**

Es wurde bereits erwähnt, dass eine gute Compliance früher oder später „verfallen“ kann (vgl. 1.2.). Um diesem Zustand entgegenzuwirken sind Nachkontrollen nicht nur für die Sicherstellung der Augengesundheit und des richtigen Contactlinsensitzes erforderlich, sondern auch um den Umgang und die Pflege der Contactlinsen zu hinterfragen und zu überprüfen. In einem anschließenden Gespräch sollte der Contactlinsen-Spezialist auf mögliche Mängel bspw. bei der Pflege eingehen und gewisse Informationen wieder auffrischen. Auch weiterführende Informationsmaterialien unterstützen das Aufrechterhalten der Compliance, wie z. B. Handhabungsbroschüren oder das Konzept der vorliegenden Bachelor Thesis.

### **5.2. Résumé**

Innerhalb dieser Bachelor Thesis sollte die derzeitige Contactlinsen-Penetration mit dem Schwerpunkt auf die Drop-Out-Situation näher betrachtet werden. Dabei wurde besonders die Brisanz der richtigen Einweisung in die Handhabung und Pflege der Contactlinsen sowie die Wichtigkeit der dauerhaften Kundenbetreuung dargestellt.

Zu Beginn dieser Arbeit zeigte sich, wie sich verschiedene Szenarien entwickeln können, sodass Contactlinsen fehlerhaft gehandhabt und gepflegt werden. Bleibt dieser Zustand über einen längeren Zeitraum erhalten, können Verträglichkeitsprobleme und unangenehmer Tragekomfort, als Folge von Irritationen und Infektionen des Auges entstehen und so indirekt eine Drop-Out-Situation hervorrufen. Dass die Thematik Handhabung und Pflege auch als direkte Ursache für einen Ausstieg aus dem Contactlinsen-Tragen angesehen

werden kann, zeigte sich bei der Darstellung der Drop-Out-Situation. Daher wurde angenommen, dass sich in diesem Bereich nicht jeder Contactlinsen-Anpasser durch ein verantwortungsvolles Vorgehen auszeichnet und nicht immer eine vollständige Einweisung in Handhabung und Pflege der Contactlinsen vorausgesetzt werden kann. Der auf hypothesengestützte Fragebogen ergab an dieser Stelle, dass die Einweisung in die Handhabung und Pflege überwiegend erfolgt, dennoch wurden einige Defizite bei der Ausführlichkeit aufgezeigt.

Im weiteren Verlauf wurde die Relevanz der Kundenbetreuung als wesentlicher Ansatzpunkt zur Vermeidung von Drop-Outs dargestellt. Dies beinhaltet auch die Einweisung in die Handhabung und Pflege der Contactlinsen sowie die anschließende Betreuung. In diesem Zusammenhang entstand das Konzept zur besseren Kundenbetreuung in Form von mehreren Informationsfilmen, welches im weiteren Verlauf dieser Arbeit vorgestellt wurde. Abschließend dazu dienen einige Handlungsempfehlungen für Contactlinsen-Anpasser den Bereich Handhabung und Pflege betreffend.

Ziel dieser Bachelor Thesis war es, einen Beitrag zur Vermeidung von Drop-Outs zu liefern. Es wird erwartet, dass dieses Konzept für „Contactlinsen-Neulinge“ als Unterstützung für Zuhause bei der Handhabung und Pflege von Contactlinsen hilfreich sein wird. Außerdem bietet es langjährigen Contactlinsen-Trägern die Möglichkeit das eigene Vorgehen zu überprüfen und ggf. anzupassen. Wie es sich im Einzelnen auf die Drop-Out-Quote auswirken wird, ist nicht messbar. Jedoch besteht die Erwartung, dass das Zusammenwirken dieses Konzeptes und anderer Maßnahmen zu einer Verringerung der Drop-Out-Quote und somit langfristig zu einer Steigerung der Contactlinsen-Penetration führen kann.

## **6. Anhang**

Im Anhang befinden sich:

- Fragebogen
- Excel-Datei mit der Auswertung der Fragebögen
- PDF-Datei der vorliegenden Bachelor Thesis
- DVD: Handhabung und Pflege von weichen und formstabilen Contactlinsen

## Datenerhebung im Rahmen einer Bachelor Thesis zum Thema Handhabung und Pflege von Contactlinsen

### 1) Welche Contactlinse haben Sie bisher getragen?

- ☐ weiche Contactlinsen      ☐ formstabile Contactlinsen      ☐ weiß nicht

### 2) Wo haben Sie Ihre ersten Contactlinsen erworben?

- ☐ Augentoptiker  
☐ Augenarzt  
☐ Contactlinsen Institut  
☐ Internet  
☐ Apotheke  
☐ Drogeriemarkt      ☐ Sonstiges: \_\_\_\_\_

### 3) Wie würden Sie dort insgesamt die Leistung hinsichtlich der Contactlinsen-Anpassung bewerten?

- |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| sehr gut              |                       |                       |                       |                       | ungenügend            |

### 4) Welches Pflegemittel haben Sie für Ihre Contactlinsen verwendet?

\_\_\_\_\_

### 5) Wurde Ihnen bei Abgabe/Kauf Ihrer ersten Contactlinsen Handhabung & Pflege gezeigt und mit Ihnen geübt?

- ☐ ja      ☐ nein

#### Was wurde Ihnen erklärt?

- |                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="radio"/> Aufsetzen<br><input type="radio"/> Absetzen<br><input type="radio"/> Sauger-Methode<br><input type="radio"/> Lidzug-Methode<br><br><input type="radio"/> Pflege & Aufbewahrung<br><input type="radio"/> Behälterhygiene | <input type="radio"/> Reinigung<br><input type="radio"/> manuell<br><input type="radio"/> nicht manuell<br><input type="radio"/> Sonstiges: _____<br><br><input type="radio"/> nichts |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**6) Wurde Ihnen ein „Eintrageplan“ zum langsamen Eingewöhnen oder eine Handhabungsbroschüre mitgegeben?**

- ☐ Eintrageplan  
☐ Handhabungsbroschüre  
☐ weder noch

**7) Sind Ihnen am Anfang Unklarheiten bei der Handhabung und Pflege aufgefallen?  
Wenn ja, was war unklar und was haben Sie daraufhin unternommen?**

\_\_\_\_\_

- ☐ Ich habe meinen Contactlinsen-Anpasser aufgesucht.  
☐ Ich habe Freunde und Bekannte, die Contactlinsen tragen, nach Tipps & Tricks gefragt.  
☐ Ich habe im Internet nach Informationen gesucht. Dort bin ich auf viele Informationen und Videos gestoßen.  
☐ Ich habe mir selbst geholfen. Nach einigem Üben hat es dann funktioniert.  
☐ Ich hatte keine Schwierigkeiten. Der Umgang verlief von Anfang an reibungslos.

**8) Was schätzen Sie, wie wichtig ist das Thema Handhabung und Pflege für den Komfort und die Lebensdauer Ihrer Contactlinsen?**

- |                            |                            |                            |                            |                            |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1<br><input type="radio"/> | 2<br><input type="radio"/> | 3<br><input type="radio"/> | 4<br><input type="radio"/> | 5<br><input type="radio"/> |
| sehr wichtig               | wichtig                    | weniger wichtig            | unwichtig                  | sehr unwichtig             |

---

**Sie möchten die Antwort erfahren? Bitte drehen Sie den Fragebogen...**

---

Herzlichen Dank für Ihre Zeit und Ihre Informationen!  
Die fehlende Einweisung in Pflege und Handhabung der Contactlinsen kann den täglichen Umgang mit der Contactlinse erschweren und gleichzeitig den Komfort negativ beeinflussen. Tatsächlich werden genau diese Aspekte als Hauptgründe für den Ausstieg aus dem Contactlinsen-Tragen genannt (vgl. DOZ 04/12). Eine ausführliche Einweisung in den Umgang mit der Contactlinse ist daher sehr wichtig und bereitet Ihnen dadurch von Anfang an Freude bei Ihrem neuen Sehgefühl.

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Aufteilung des Branchenumsatzes .....	11
Abbildung 2: Anteil der Contactlinsensegmente am Gesamtumsatz .....	13
Abbildung 3: Anteil der Korrektionsvarianten am Gesamtumsatz .....	14
Abbildung 4: Hauptursache Verträglichkeits- und Gewöhnungsprobleme .....	16
Abbildung 5: Ein weiteres Problem: Handhabung, Pflege, Wiederbeschaffung .....	17
Abbildung 6: Häufigste Fehler im Umgang mit Contactlinsen .....	23
Abbildung 7: Ablaufschritte bei der Fragebogengestaltung .....	31
Abbildung 8: Drop-Out-Ursachen.....	34
Abbildung 9: Anteil weicher/formstabiler Contactlinsen .....	34
Abbildung 10: Erwerb der ersten Contactlinsen .....	35
Abbildung 11: Bewertung der Contactlinsen-Anpassung .....	36
Abbildung 12: Einweisung in Handhabung und Pflege .....	36
Abbildung 13: Einweisung weicher Contactlinsen .....	37
Abbildung 14: Einweisung formstabiler Contactlinsen .....	38
Abbildung 15: Einweisung beim Absetzen formstabiler Contactlinsen .....	38
Abbildung 16: Aushändigung eines „Eintrageplans“ oder einer Handhabungsbroschüre .....	39
Abbildung 17: Maßnahmen bei anfänglichen Schwierigkeiten beim Handling .....	40
Abbildung 18: Einschätzung der Wichtigkeit von Handhabung und Pflege.....	40
Abbildung 19: Darstellung der verschiedenen Informationsvideos .....	45
Abbildung 20: Drehbücher .....	46
Abbildung 21: Drehort.....	46
Abbildung 22: Aufsetzen weicher CL.....	47
Abbildung 23: Simulation eines Kundengesprächs .....	47
Abbildung 24: Nahaufnahme CL-Behälter.....	47
Abbildung 25: Aufsetzen formstabiler CL.....	47
Abbildung 26: Videobearbeitung in "Adobe Premiere CS 5" .....	48
Abbildung 27: Wesentliche Schritte bei der Einweisung in die Handhabung und Pflege .....	51

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Anteil der Contactlinsenoptik am Gesamtbranchenumsatz .....	10
Tabelle 2: Auswirkungen von Ablagerungen.....	25



## Literaturverzeichnis

### **Lehrbücher**

**Baron, H.** *Pflege von Kontaktlinsen*. Heidelberg: Verlag Optische Fachveröffentlichung GmbH.

**Baron, H., Ebel, J.** (2008). *Kontaktlinsen*. Band 3. Heidelberg: DOZ Verlag

**Berekoven, L., Eckert, W., Ellenrieder, P.** (Juli 2006). *Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendung*. 11. Auflage. Wiesbaden: Gabler Verlag.

**Berke, A., Blümle, S.** *Kontaktlinsenhygiene*. Pforzheim: Verlag Bode GmbH & Co. KG.

**Dorsch, F., Häcker, H., Stapf, K. H.** (1994). *Dorsch Psychologisches Wörterbuch*. 12. Auflage. Bern: Verlag Hans Huber

**Edelmann, W.** (2000). *Lernpsychologie*. 6. vollständig überarbeitete Auflage. Weinheim: Verlagsgruppe Beltz

**Grunwald, G., Hempelmann, B.** (2012). *Angewandte Marktforschung. Eine praxisorientierte Einführung*. 1. Auflage. München: Oldenbourg Verlag

**Müller-Treiber, A.** (2009). *Kontaktlinsen Know-how*. Heidelberg: DOZ Verlag

### **Fachzeitschriften**

**CIBA VISION** (November 2009). *Wer aufhört besser, zu werden, hört auf, gut zu sein!* Zusammenfassung des Referats anlässlich der AMAK 2009 in Hall/Tirol in: *Augenoptik & Hörakustik*, S. 8 – 9.

**Dobisch, E.** (September 2012). *Der Kontaktlinsenmarkt im ersten Tertial 2012*. Deutsche Optikerzeitschrift, S. 56 – 57.

**Dobisch, E.** (April 2012). *Drop-Out: Eine Untersuchung zu Ursachen und Präventionsmaßnahmen*. Deutsche Optikerzeitschrift, S. 78 – 82.

**FOCUS** (Juli/August 2012). *Späte Aussteiger. Drop-Out Quote bei Presbyopen Kontaktlinsenträgern*. Expertengespräch in: *FOCUS*, S. 10 – 18.

**Krämer, S., Schneider, Y.** (Februar 2010). *Kontaktlinsen-Hochschultag*. Deutsche Optikerzeitschrift, S. 90 – 91.

**Lauer, M.** (Januar 2008). *„Drop-Out“-Rate und Compliance: Brauchen wir eine Renaissance oder eine Revolution?* Deutsche Optikerzeitschrift, S. 92 – 98.

**Nagl, A., Braun, J.** (September 2012). *Erfreuliche Ergebnisse einer Trendumfrage der Hochschule Aalen*. Deutsche Optikerzeitschrift, S. 58 – 62.

**Rauscher, B.** (September 2010). *Weshalb geben Kontaktlinsenträger auf und wie beugt man „Drop-Outs“ vor?* Die Kontaktlinse, S. 10 – 12.

**Schulowski, M.** (August 2010). *Von Kontaktlinsen fasziniert*. Deutsche Optikerzeitschrift, S. 70 – 73.

**Seinsche, P.** (Mai 2012). *Kontaktlinsen-Abosysteme, Teil 3*. Deutsche Optikerzeitschrift, S. 82 – 83.

## **Vorträge**

**Dobisch, E.** (2012). *Analyse Kontaktlinsen – Drop-outs. Ergebnisse*. München: opti

**Hädrich, H.** (2011). *Marktübersicht und Trends in der Kontaktlinse*. Marketing Tag Kontaktlinse, Aalen: Hochschule Aalen

## **Internetquellen**

**Kuratorium Gutes Sehen (KGS) (Februar 2012).** *Unwissen tut weh: Wer mit Kontaktlinsen spielt, verspielt ihr Vorteile*. Verfügbar im Internet: <http://newsroom.sehen.de/unwissen-tut-weh-wer-mit-kontaktlinsen-spielt-verspielt-ihre-vorteile/> (Online-Abfrage: 13.08.2012)

**Böhme, G.** (April 2011). *Billig-Kontaktlinsen können die Augen schädigen*. WAZ. Verfügbar im Internet: <http://waz.m.derwesten.de/dw/gesundheit/billig-kontaktlinsen-koennen-die-auge-schaedigen-id4585951.html?service=mobile> (Online-Abfrage: 20.08.2012)

**CIBA VISION** (2010). *Gemeinsam mit den Augenärzten setzt sich Sehen und mehr Lebensqualität ein*. In: Medical Network 2010 Special, S. 8 – 9. Österreich. Verfügbar im Internet: [http://www.cibavisionacademy.de/pdf/Medical\\_Network\\_Interview\\_Andreas\\_Zuern.pdf](http://www.cibavisionacademy.de/pdf/Medical_Network_Interview_Andreas_Zuern.pdf) (Online-Abfrage: 13.08.2012)

**Initiative D21** (Juni 2012). *(N)ONLINER Atlas 2012. Basiszahlen für Deutschland. Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland*. Verfügbar im Internet: <http://www.initiatted21.de/wp-content/uploads/2012/06/NONLINER-Atlas-2012-Basiszahlen-f%C3%BCr-Deutschland.pdf> (Online-Abfrage: 17.08.2012)

**Stiftung Warentest** (August 2004). *Kontaktlinsen (Tageslinsen): Das kann ins Auge gehen.* Verfügbar im Internet: <http://www.test.de/Kontaktlinsen-Tageslinsen-Das-kann-ins-Auge-gehen-1200053-2200053/> (Online-Abfrage: 20.08.2012)

<http://mueller-welt.de/> (Online-Abfrage: 02.01.2013)

[http://www.hochschule-aalen.de/einrichtungen/n1981\\_medienzentrum/ansprechpartner.php?id=96](http://www.hochschule-aalen.de/einrichtungen/n1981_medienzentrum/ansprechpartner.php?id=96) (Online-Abfrage: 02.01.2013)

<http://www.optikerschuetz.de/blog/die-richtige-pflege-der-weichen-kontaktlinsen> (Online-Abfrage: 2.10.2012)

<http://video.apo-rot.de/docs/8010503.pdf> (Online-Abfrage: 2.10.2012)

<http://www.lensbest.de/shop/Beratung> (Online-Abfrage: 2.10.2012)

[http://www.youtube.com/watch?v=oMzEDMoKY\\_A&feature=relmfu](http://www.youtube.com/watch?v=oMzEDMoKY_A&feature=relmfu) (Online-Abfrage: 2.10.2012)

<http://www.hochzeitsplaza.de/hochzeits-forum/off-topic/off-topic/110487-wie-setze-ich-kontaktlinsen-richtig-ein-stehe-kurz-vorm-amoklauf-hilfe-frage-s-4-b-36/> (Online-Abfrage: 30.08.2012)

<http://www.gutefrage.net/frage/wie-setze-ich-kontaktlinsen-ein> (Online-Abfrage: 30.08.2012)

## **Sonstige Dokumente**<sup>18</sup>

**Alcon** (2012). *CL wearers by age category*. In: Vision Needs Monitor. S. 23

**Alcon** (2012). *CL wearers by gender*. In: Vision Needs Monitor. S. 24

**GfK** (August 2012). *Care Products – Germany*.

**SPECTARIS** (Fachverband Consumer Optics) (2011/2012). *Kontaktlinse: KL-Träger in Deutschland / Markt-Kennzahlen*. In: Allensbach-Studie 2011

**ZVA** (März 2012). *Marktdaten Augenoptik. Ergebnisse der Brillenstudie 2011 des Institutes für Demoskopie, Allensbach*. In: Allensbach-Studie 2011

**ZVA** (2011). *Branchenbericht Augenoptik 2011*. Düsseldorf

**ZVA** (2011). *Branchenkennzahlen Augenoptik*. Düsseldorf

---

<sup>18</sup> Bei sonstigen Dokumenten handelt es sich um Unterlagen, die zur Bearbeitung der Bachelor Thesis von Alcon, GfK oder SPECTARIS zur Verfügung gestellt wurden.

## **Eidesstattliche Erklärung**

Hiermit versichere Ich an Eides Statt durch meine eigenhändige Unterschrift, dass ich die vorliegende Arbeit mit dem Titel *„Konzept zur besseren Kundenbetreuung bei der Handhabung und Pflege von weichen und formstabilen Contactlinsen. Ein Leitfaden zur Vermeidung von Drop-Outs.“* selbstständig und ohne fremde Hilfe angefertigt habe. Alle Stellen, die wörtlich oder dem Sinn nach auf Publikationen oder Vorträgen anderer Autoren beruhen, sind als solche kenntlich gemacht.

Ich versichere außerdem, dass ich keine andere als die angegebene Literatur verwendet habe. Diese Versicherung bezieht sich auch auf alle in der Arbeit enthaltenen Zeichnungen, Skizzen, bildlichen Darstellungen und dergleichen.

.....

Saskia Hohn

Aalen, den 10.01.2013